

internet

kalauz

*Őszi netes összkép:
Három éve használjuk az*

ADSL-t



Tízezer éves óra

Üzenet a jövőnek

Számítástechnika

**ÓVODÁS-
KORTÓL**



Flört



**Mi lesz veled
40 év múlva?**

Interaktív kampány a társadalmi
szemléletformálásért



TVNET új
www.tvnet.hu

ADSL

internetszolgáltatás

**A 2003-as év legjobb
ADSL ajánlata,
internetezz szilveszterig **INGYEN!****

október • november • december

**Belépési díj:
0 Ft**

**Havi díj:
0 Ft***

*2003. december 31-ig a havi díj 0 Ft.
2004. január 1-től a jelenlegi Ózsi ADSL akciós árak érvényesek.

www.adsl.tvnet.hu

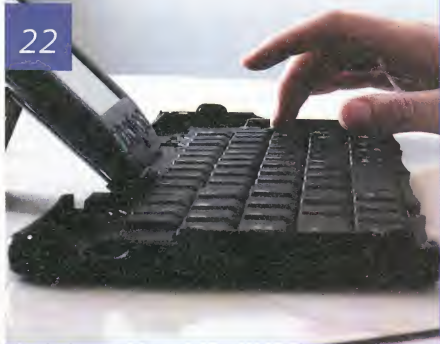
TVNET új
www.tvnet.hu

1135 Budapest, Csata u. 8.
Tel.: 06/1-288-6300, Fax: 06/1-288-6301
sales@tvnet.hu • www.tvnet.hu



A SZÉLESSÁVÚ INTERNETSZOLGÁLTATÓ

22



Légy mobil! – talán ez lehetne napjaink legjellemzőbb szállóigeje, legalábbis ezt sugallják a távközlési és informatikai szolgáltatók és gyártók üzenetei.

27.



Vámos-Hegyi Attilával, a Westel Mobil Távközlési Rt. Interaktív Telefonos Üzletága, a TeleWestel vezetőjével beszélgettünk.

AZ INTERNET KALAUZ

10. számának tartalma

aktuális

- A küzdés maga 5.
- Hírek 6.
- A spam (I.) 8.
- A nigériai csalás
- Sokasodó levélszemét 11.
- Internetszolgáltatást olcsóbbra cserélném 14.
- Nyílt és biztonságos 16.
- Hat új Java-rendszer
- a Sun Microsystems kínálatában
- Őszi netes összkép 18.
- Három éve használjuk az ADSL-t
- Vezeték nélküli köldökszinór 22.
- WLAN a mobil-adatátvitelben
- Égi jelek 26.
- Matáv Sky DSL



Egyre (inter)aktívabb a piac 27.
A piacvezető az interaktív telefonos megoldásokról

Internetre invitáló Invitel 28.

Új korszak az online hirdetési piacon? 30.

Az e-mail marketing ábécéje 32.

Mi lesz veled 40 év múlva? 34.
Interaktív kampány a társadalmi szemléletformálásért



szabadidő

Flört 38.

Éljenjáró fotótechnika 42.
EISA-díjakat nyert a Canon

Letöltés.com 43.
Írjunk CD-t!





Ocskay Szilárdal a közép vállalatok, az informatikai szolgáltatók fennmaradásának esélyeiről, az EU-csatlakozás kapujában célszerű cégstratégiáról beszélgettünk.

Mire jók a rossz fiúk?

44.

Behálózva:

Albert-László Barabási,
a statisztikus fizika kutatója

46.

Üzenet a jövőnek
Tízezer éves óra

50.

Számítástechnika óvodáskortól

52.

üzlet

Piacutatás a marketing
szolgáltatában

54.

Magad uram, ahogy eddig is...
Értékes lesz-e az EU-ban a minőség?

57.

Inkubátorház az amerikai piac
meghódításához

59.

webmester

Táblázatok rogyásig

62.

maci

Magyar Címtár

66.



Alapítva: 1996

ALAPÍTÓ FŐSZERKESZTŐ:

Vértess János Andor

KIADIA:

Prim Kft.

118 Budapest, Ugron Gábor u. 35.

Telefon: (36-1)248-3230

E-mail: ikalauz@prim.hu

URL: <http://prim.hu>, <http://www.prim.hu/ikalauz>

FELELŐS KIADÓ:

Szabó Hédy (hszabo@prim.hu)

OLVASÓSZERKESZTŐ:

Fabian Gábor (gfabian@prim.hu)

GRAFIKAI TERV:

Láng László (llang@prim.hu)

TÖRDÉLŐSZERKESZTŐ:

Henger Attila (ahenger@prim.hu)

Ára: 548 Ft

Előfizetési díj egy évre: 5472 Ft

Megrendelhető a Kiadónál, e-mailben (ekiss@prim.hu), levélben vagy faxon, továbbá a prim.hu weboldalról kiindulva a megrendelőlap kitöltésével, valamint a Magyar Posta Rt. ÜLK ügyfélszolgálati irodáiban és vidéken a postahivatalokban.

Hirdetéstarifák: megtalálható a prim.hu legalsó soráról elindulva.

Hirdetésfelvétel: a Kiadóban

Hirdetési vezető:

Henger Ágnes

Tel.: 06-20-9343-077; 06-30-9840-221

henger@prim.hu

Nyomdai előkészítés: Artur Repro Stúdió

Nyomás:

Veszprémi Nyomda Rt.

8200 Veszprém, Őrház utca 38.

Tel.: 06-88-591-630

Terjeszt: LAPKER Rt., Magyar Posta Rt. ÜLK

Írásaink szerzői jogvédelemben részesülnek.

A szerkesztőség tiszteltetben tartja mások szerzői jogait, és elsősorban vásárolt cikkek, képek, képekből igyekszik összeállítani az újságot. Tekintve, hogy az Internet Kalauz az internetről szól, a weből is kerülnek bele képek, dokumentumok, és ilyen esetben nem mindig sikerül felderíteni a forrást. Amennyiben valaki úgy érzi, hogy valamelyik közölt anyag eredetileg az ő szellemi alkotása, kérjük, a hitelt érdemlő igazolásokat juttassa el a szerkesztőségbe, hogy utólag tisztázhatjuk a szerzői jogokat.

HU ISSN 1219-9001



A Prim a Magyar Terjesztés-Ellenőrző Szövetség tagja, az Internet Kalauz példányszámát a MATESZ auditálja. A magazint rendszeresen szemlézi az

OBSERVATOR

Budapest Médiafigyelő Kft.



Készült az

Informatikai és Hírközlési

Minisztérium támogatásával.

Internet

Küzdés maga

A küzdés maga

Volt egyszer egy Internet Hungary, amikor még az Index is arra készült, hogy „tőzsdeindex” legyen... Bár már túl voltunk a Nasdaq első megtorpanásán, még mindenki abban bízott, hogy a technológiai cégek nem adják alább 5000 pontnál, az év vége majd meghozza az újabb fellendülést, és Magyarországon évről évre megduplázódik az internetezők (no meg az online hirdetésbevétel) mennyisége.

Azután jött a következő Internet Hungary, amelyen mindenki legőrbült szájszéllel, nagyokat sóhajtvá elemezte a helyzetet. Összevették az előző év és az adott esztendő októberének Wired-címlapját, és tárgyilagosan szögezték le: az internetlufinak ki kellett pukkannia, ez így törvényszerű, így van rendjén, jöhet a nagy megtisztulás, a búza elvállal az ocsútól.

Tavaly is volt Internet Hungary, amikor a lekonyult szájszél lassan már ráncá merevedett, és azt latolgatták az előadók, hogy bár az 5000 feletti Nasdaq-index nem volt reális, a 2000 alatti sem az, és előbb-utóbb az informatikai recesszió véget ér. Meg különben is! Új kormányunk van, azon belül most először informatikai minisztériumunk, meg a MEH is költeni akar az informatikára, és meglátjuk majd, hogy minden jó lesz: az új gazdaság szépen beolvad a rendes gazdaságba, és a helyükre kerülnek a dolgok!

Idén október 27–28-án ismét lesz Internet Hungary.

Szívem szerint itt sóhajtanék egyet, és felállnék a gép mellől, mert egyelőre ez minden, amit elmondhatok az internetes szakma nagy tihanyi találkozásáról. Ugyan nem zuhantunk sokkal mélyebbre a tavalyi kilátástalanságnál, de az is hazudna, aki azt állítaná, hogy csak az irányt kell tartani, és előbb-utóbb itt lesz a Kánaán...

Bizonyára a mostani Internet Hungaryn is lesznek pesszimisták és optimisták, s mindegyiküknek igaza lesz. Azoknak mindenképpen, akik elmondják, hogy mégiscsak ki-mozdult a holtpontról az internetezők száma, és ezen belül is dinamikusan gyarapodnak az otthoni felhasználók. Igaza lesz annak, aki szerint mégiscsak van informati-

kai stratégiánk, elektronikus hírközlési törvényünk, s intézményesülni látszik a távol-keleti (Kína, India) és a „távolnyugati” (Amerika) piacra jutás lehetősége. Biztató, hogy a széles sávú internetezés növekedésének mértékében a világ összes országa között dobogós helyen állunk (ha időközben nem az elsők), hogy adókedvezmények egész sora segíti az információs társadalom kiépülését. De azoknak is igazuk lesz, akik gyakorló vállalkozóként érzik, hogy még mindig szűk a piac, még mindig nem tapasztalható élenkülés az informatikai beruházások terén. Sokan joggal panaszoznak, hogy az elmúlt másfél évben stratégiai sarokkővek nélkül lépkedett a szakma, és így óhatatlanul ad hoc jellegűek voltak a támogatási programok is. És némelyek szerint a három nem több, hanem kevesebb egynél, vagyis nem örülnek annak, hogy ma sem egy központtal rendelkezik a kormányzati informatikai pénzelosztás.

Rendszerint mintegy ezer szakmabeli verődik össze Tihanyban, az Internet Hungaryn. Sok ismerős köszön majd egymásnak, és érdeklődik a másik vállalkozása iránt az obligát „Hogy vagy?” kérdéssel, amelyre a legelső Internet Hungary óta mindig az a fásult felelet: „Küzdünk.” És egy nagy sóhaj.

Itt megint be kellene fejezni, de akkor a pesszimista ki-csengés dominálna, holott magam írtam, hogy a 2003. olyan esztendő, amikor minden végtellessé szembeállítható egy másik véglet, minden negatív mondatra van egy pozitív válasz, és fordítva. Úgyhogy sóhajtok egyet, kimondom, hogy „Küzdünk”, majd idebiggyesztem Madách sokat vitatott optimizmusát: baj egy szál se, „az élet célja a küzdés maga”!

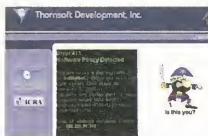
Indulok az Internet Hungaryre, és bízva bízom.



VIAAos

411-ES HIBA

Mit csinál a spórolós, dörszölt webpolgár? Szerez egy próbaverziós programot, keres hozzá egy regisztrációs kódot, a megtakarított pénzén pedig indul Hawaiira. Ezt a felhőtlen életet árnyékolja most be egy inkább szellemes, mintsem agresszív usernevelési módszer. A szoftveralkalmazók elleni küzdelem új formáját vezette be a rendkívül ötletes és hasznos, több díjat nyert Clipmate vágóapplikáció évek óta fejlesztő Thornsoft Development Inc. (www.thornsoft.com). Módszerének lényege, hogy leadvására az internet sötétebb régióiban fellelhető illegális regisztrációs kódokat, s folyamatosan beépíti újabb és újabb verzióiba. A legújabb letölthető verzióhoz a hős DarkAngel szolgáltatott regisztrációs kódot, amely több száz oldalon megtalálható. Ám ha ezek után valaki gyanútlanul re-



gisztrálja a programot ezzel a kóddal, a szoftver 411-es hibajelzést ad, majd elküldi a webpolgárt a Thornsoft megfelelő oldalára, ahol pirronkodva olvashatja, hogy bizony most már ő is egy bünszövetkezet tagjává vált. Persze semmi gáz, a Thornsoft nem sőtődkény, egy kis csokilopás mindenkivel elő-

fordul. A kevésbé szegénylős webpolgár ilyenkor törli a programot, kipucolja a regisztrációs adatbázist, és újrarepeli, de azokon nem hagyja magát, mindig 411-es hibát jelezve leáll. A user pedig némi huzavona után esetleg ráébred, hogy tulajdonképpen meg is lehet venni a programot, tényleg nem drága. DarkAngelnek pedig jutalék járna, annyi bevételt hajt a Thornsoft oldalaira.



IVSZ-JAVASLATOK AZ NFT GVOP-HEZ

Az IHM felkérésére az Informatikai Vállalkozások Szövetsége véleményezte a Nemzeti fejlesztési terv Gazdasági versenyképesség operatív programját. A szövetség EU-szakértői munkacsoportja javaslatot dolgozott ki az e-gazdaság, az e-kereskedelem, az e-közigazgatás, a digitális tartalom és a széles sávú távközlési infrastruktúra fejlesztésére.

Az e-gazdaság fejlesztése és az e-kereskedelem ösztönzése érdekében az IVSZ szerint célszerű kiegyenlíteni a támogatások mértékét az integrált üzleti rendszerek és az internetes üzleti megoldások között. A szükséges rendszerek kiépítésén túl komplex megoldásokat kell nyújtani, amelyek segítik a versenyképesség javulását. Különös figyelmet érdemelnek a biztonsági megoldások, hardverfejlesztések, szervezetfejlesztési és folya-

matszervezési feladatok. Indokolt a kis- és középvállalkozások inkubátorházakon keresztüli támogatása.

Az e-közigazgatás fejlesztésénél fontos a támogatandó közigazgatási szolgáltatások körének pontos meghatározása. Ugyanakkor az IVSZ véleménye szerint a publikus információk minőségbiztosítása kiemelt szerepet játszik, hiszen csak valós és aktuális adatokra szabad és érdemes szolgáltatásokat alapozni.

A digitális tartalom fejlesztése során az effektív tartalmak felkutatásában és elérhetővé tételében rejlik értékek mellett hangúlyos a technikai korszerűsítés, a fejlett eljárások, szabványok használata, illetve a tartalomgazdák felkészítése azok használatára. Alapvető fontosságú a tartalomszűrő, a szerzői jogokat kezelő, valamint a mobilisközzel is elérhető tartalmak publikációjának támogatása.

Aszéles sávú távközlési infrastruktúra fejlesztése során pedig az IVSZ javasolja a vezeték nélküli technikák alkalmazásának előtérbe helyezését.



NINCSTÖBBÉ MELLÉLTÉS, CSAK KÉRETTEN TALÁLAT

Ha valaki szeptember közepe-vege táján elírt a böngésző címsorában egy .com vagy .net kiterjesztésű domainnevet, az a Verisign sitefinderén (sitefinder.verisign.com) lan-

dolt. A Verisign adatai szerint ilyen félregépelés naponta 20 millió esetben történik. Ez a kéréten átirányítás – egy reklámokból élő keresősite-ra – nagy felháborodást keltett, pláne amikor kiderült, hogy egy másik simlis keresőüzemeltető cég, az Overture (www.content.overture.com) webmusicája (1x1 pixeles, átlátszó GIF-képcske) lapul



meg a Sitefinder oldalain, és rögtön minden látogató gépébe benyom egy cookie-t 5 éves lejáratral. Ezzel követni lehet a webpolgár tevékenységét, hogy hol jár, mit keres, stb. Az Internet Software Consortium (www.isc.org) válaszként módosította a BIND-t (Berkeley Internet Name Domain), amely a világ legelterjedtebb DNS-szerverprogramja. A kiadott módosítás lehetetlenné teszi a Verisign sunnyogását – már ha telepítik a patchet, akik ebben illetékesek.

Hasonló jelenség tapasztalható a .hu végződésű domeineknel: ekkor az internet-optimizer.com website reklámokkal teleltető oldala jön be, amelyen sehol egy privacypolicy-link. Ha lenne, valami ilyesmi állna az oldalon: „Azt csinálunk, amit akarunk, beee!” Főoldalukról egy riasztó nő-



imitátor mosolyog ránk: az oldalt nem arra tervezték, hogy valaki önként felkeresse. A lap ködjába bepillantva hamar kiderül, hogy az Avenue Media lapul meg a háttérben, amely a www.yoogee.com keresősite-ot is üzemelteti. Nem meglepő módon az Internet Optimizer oldaláról indított keresések szintén itt kötnek ki. De az Avenue Media még a Verisignnál is agyafürthetőbb, mert elég egyetlen betűt beírni a címsorba, majd leütni az Entert, s a www.yoogee.com máris készségesen jelenti, hogy sajnos nem találta meg az „ü” nevű site-ot.

A legviccesebb az, hogy ha beírjuk a www.yoogee.com keresőjébe az Avenue Media kifejezést, az nem ad találatot, hanem átirányít minket a Google-hoz.

INTERNETEZŐ GYEREKEK

A Nielsen/Netratings piacutató kedden kiadott jelentése szerint nyolc európai országban mintegy 13 millió 18 éven aluli fiatal és gyermek veszi igénybe az internetet szinte mindennap házi feladata elkészítéséhez, zene letöltéséhez és játékhoz. Ez mintegy 27 százalékkal több, mint a tavalyi évben.

A Nagy-Britanniát, Németországot, Franciaországot, Olaszországot, Svédországot, Spanyolországot és Hollandiát átfogó jelentés szerint sikert aratott az okta-

tók és politikusok programja, amely az internet tananyagba vételével, illetve a széles sávú hozzáférés árának csökkentésével tenné még népszerűbbé a világhálót a fiatalok körében.

Ugyanakkor aggodalmat keltett, hogy a pedofilok az utóbbi időben egyre gyakrabban használják az internetet a gyermekek zaklatására. Például a Microsoft az elmúlt héten bejelentette, hogy 28 országban zárja be online csevegőszobáit, mert a pedofilok az MSN chatfórumain szerveztek találkozókat a gyanútlan gyerekekkel.

A Netratings szerint komoly odafigyelést igényel annak biztosítása, hogy a gyermek a neki való tartalommal találkozzon a világhálón. „Az internet nagyszerű eszköz lehet a gyermekek számára a tanuláshoz, szóráshoz. Rendkívül fontos azonban, hogy a szülők figyelemmel kísérjék gyermekeik online tevékenységét,



különösen ha online csevegőszobákban társalognak” – mondta Chris Atkinson, a National Society for the Prevention of Cruelty to Children gyermekvédelmi szervezet tanácsadója.

COPY AND PASTE

E két egyszerű műveletet szövegszerkesztőkben másodpercenként milliók végzik el a világon – egyekesek azonban mások dokumentumaiból copyznak, és a sajátjukba másolnak. Ezt úgy nevezzük, hogy plágium, és ahogy a török áfium ellen, úgy ez ellen is létezik orvosság. Plágium-



elhárító szolgálat kínálja szolgáltatásait az angol nyelvterületen munkálkodó oktatóknak. A turnitin.com nem igazán népszerű site a középiskolai és egyetemi hallgatóság körében. Az óvodától a doktori képzésig – bár eltérő árazással – minden írásos anyagot hajlandók eredetiségvizsgálatnak alávetni. Módszerűk lényege, hogy a beküldött dolgozatot egy program segítségével kb. kétféle webappal és egyéb elektronikus cikkadatbázisokkal vetik össze. Az pedig a dolgozatban található, más forrásokból változtatás nélkül bemásolt részeket szépen aláhúzza, s megadja az írásmű eredetiségének százalékos arányát.

A szolgáltatás keresett, mert egy 23 amerikai egyetem érintő vizsgálat eredmé-

nye szerint a 18 000 hallgató, 2600 oktató (!) és 650 oktatássiisztens 38%-a plagizált már. Egy pár éve végzett felmérés még csak 10%-ra becsülte a plagizálók arányát, a fejlődés tehát megállíthatatlan.

EGYMILLIÁRD EU-S EURÓ

Az EU egymilliárd eurót biztosít az információs társadalom és az elektronikus kommunikáció kérdéseinek megoldására, így a hatodik IT-keretprogram jegyében 236 új projektet indít el.

Ezek a fejlesztések a meglévő internetes és mobilkommunikációs hálózatok felhasználhatóságát szeretnék növelni, elsősleges szempontként az emberi tényezőt figyelembe véve. Ugyanakkor a hálózatok biztonságát is fejleszteni szeretnék. De a majdnem teljesen technikai jellegű fejlesztések is érdekesek az EU számára, elsősorban a mobilkészülékek fejlődésével megjelenő vezeték nélküli pontokra mutató linkek kezelése és a nagy teljesítményű optikai hálózatok kialakítása. A megoldandó kérdések között kiemelt helyen szerepel a felhasználók és környezetük, önkormányzatuk, lakóterületük, kapcsolata. Az idővel hatalmasra duzzadó adathalmaz kezelése új kihívást jelent, és az új hálózatok kialakításával az EU egyik jelentős gazdasági hajtóerejévé válhat.

Kaspersky
Anti-Virus Personal

Széles platformlefedettség, könnyen kezelhető felület, magyar nyelvű támogatás

Partner a biztonságban

www.2f.hu

A spam (I.)

A nigériai csalás

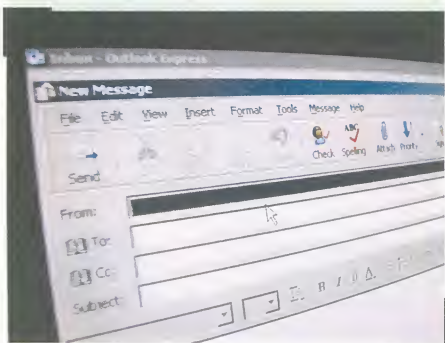
Lánclevelek, kértetlen levelek tömege árasztja el az internetet. A különféle szűrőket kihasználva érkeznek postaládánkba nap mint nap. Sok változatuk ismeretes, ilyen például a hírhedt „nigériai levél”.

PAPP GÉZA

{ Előzetesen néhány szó a jelenségről és a kapcsolódó szakkifejezésekről. Nem véletlenül mondunk kértetlen levelet, hiszen ez fedi mind a hoax, mind a spam fogalmát. Mindkét levéltípus kértetlen, közöttük éles határ nem húzható. Eredetileg a hoaxok tipikus lánclevelek, amelyek kérést, ígéretet, javaslatot tartalmaznak, esetleg reklámt, és gyakorlatilag minden esetben kéri továbbküldésüket minél több ismerősnek. Feladójuk változó, a címük általában valamelyik nyilvános levelezőlistáról származik. Így a feladó kiléte homályba vész, a legpontosabb módszerekkel is követhetetlen. Leginkább a pilótajátékokhoz hasonlítanak.

A spam szintén kértetlen levél, jelentése „húskonverz, löncshús” – ez től sok információval nem szolgál. A fő különbség a levelek számában és tartalmában van. A spam ritkán buzdít pilótajátékra, inkább a reklámok jellemzik.

Az utóbbi időben feltűnt variánsok szöveg nélküliek. Ám a lánclevelek ismérvei ezeknél is fellelhetők. Egyre alkalmasak: teletömik az elektronikus postaládát, és egy teendő van velük: azonnal törölni kell őket. A kértetlen levelekkel igen sokan igen komolyan foglalkoznak. Nemcsak azért, mert zaklatásnak minősülnek, hanem azért is, mert számuktól függően kiválóan alkalmasak a hálózat lassítására, csatolt részeikben kórokozók terjesztésére, végül, de nem utolsósorban úgynevezett Denial of Service, vagyis DoS jellegű támadásokra.



A kértetlen levelek a CERT osztályozását alapul véve a következő kategóriákba sorolhatók:

UBE (Unsolicited Bulk Email): tömeges kértetlen levél

Az UBE (közel) azonos tartalmú e-mail tömeges szétküldése olyan címzettek részére, akik azt nem kérték. Kétségtelen, hogy az UBE az elektronikus levéllel való visszaélés leggyakoribb formája. Léteznek naponta üzenetek millióit automatikusan szétküldő programok. Ezeket a leveleket lokálisan tárolják, vagy visszapattintják a feladónak, ami még több tárterületet és sávszélességet használ el. Az UBE képes a levelezőrendszer működésképtelenné tenni.

UCE (Unsolicited Commercial Email): kértetlen üzleti levél

Az UCE üzleti információt tartalmazó, kértetlen e-mail. Széles körben használják, és gyakran keverik az UBE-vel. Az UCE természeténél fogva üzleti levél, de egyáltalán nem szükséges széles körben történő terjesztése. Néhány internetszolgáltatónál egyetlen UCE küldése is tilos.

MMF (Make Money Fast): lánclevél

A lánclevelek, pl. a hihetetlen, azonnali profitot garantáló vagy hasonló típusúak tartoznak az MMF kategóriájába. Eredetileg a hagyományos postaforgalomban és a Useneten indultak, s most megjelentek az elektronikus levelezésben is. A lánclevelek illegálisak, függetlenül attól, hogy egyesek milyen érveket hoznak fel mellettük.

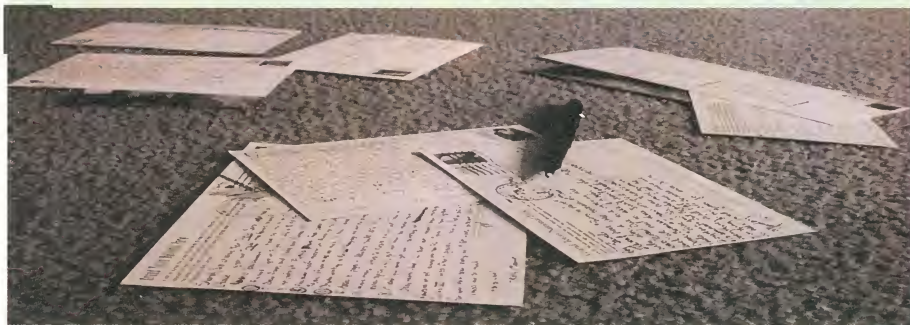
MLM (Multi-Level Marketing)

Azok az elektronikus levelek tartoznak ide, amelyek a kezdeti befektetés után hihetetlen profitot garantálnak, és erre toboroznak újabb tagokat. Egyes MLM-küldők nem állják meg a helyüket, hogy „ez nem a gyorsan meggazdagodni típusú levél, sőt teljesen illegális”. Azonban az MLM gyakorlatilag mindig egy fantáziánévvel ellátott illegális piramisjáték, ami sokakat megteveszt.

Levélbomba

Ez nem más, mint tömeges elektronikus levél küldése egy adott címre, aminek következtében a postafiók (rosszabb esetben az annak helyét adó rendszer is) használatatlanná válik. Három fajta levélbombát különböztethetünk meg.

Az egyik esetben a célcíme több száz vagy ezer üzenetet küldenek, így az áldozat postafiókja alig vagy egyáltalán nem használható – a járulékos költségekről, az emiatt meg nem érkező fontos levelekről külön regényt lehetne írni. Ez szolgáltatásmegtagadás (DOS) jellegű támadás, zaklatásnak is minősíthető, amit egyetlen ismert internetszolgáltató sem tűr meg.



Más esetben a levélbomba From: és Reply-To: mezéjébe az áldozat címét hamisítják, s e miatt az áldozatot – gyakran hargos – levélözön árasztja el.

A levélbomba harmadik válfaja, amikor az áldozat e-mail címével nagyon sok levelezési listára feliratkoznak. Az eredmény hatalmas levéláradat a postafiókban, amely „legális”. Ezért a levelezési listák adminisztrátorainak többsége feliratkozás után visszaigazolást kérő levelet küld a feladónak, s ténylegesen csak a válasz megérkezése után kerül fel címe a listára.

Zaklatás (harassment)

Elektronikus levélben vagy levélsorozatban küldött bármilyen üzenet, amely kimeríti a zaklatás fogalmát.

Iparági becslések szerint a kéretlen levelek ma már az összes e-mai forgalom 20%-át teszik ki. Míg a tekintélyes cégek azonnal törölnék címlistájukból, ha kérjük, egy csomó spamküldő arra törekszik, hogy a legtöbb címzettet „kecsegtesse” ajánlatával, és minden választ – akár a tiltakozást is – bátorításnak vesz újabb levelek küldésére. Sajnos még nincs módszer 100%-osan tiszta, spammentes levelezési környezet kialakítására, de annyit megtehetünk, hogy megnehezítjük az e-mail címeket gyűjtőgetők feladatát. Levelezőprogramunkat beállíthatjuk úgy, hogy a kéretlen levelek azonnal törlődjenek, de megtehetjük, hogy internetszolgáltatónk segítségével azonosítjuk a spam forrását, és elzárjuk a további levelek útját.

A nigériai levél, avagy a 419-es

Sokan a 419-es scamet egyszerűen csak a nigériai csalásként ismerik (a nigériai büntetőjogban az ügyeket úgy regisztrálják, hogy besorolási kategóriájuk megnevezése – itt a család – után egy sorszámot tesznek, ami jelen esetben a 419-es lett).

A bűnözők egy 1920-as évekbeli család online verzióját dolgozták ki, a „spanyol fogoly” módszerét. Lényege, hogy a potenciális áldozatot jókora részesedéssel kecsegtetik, amennyiben vállalja csillagászati bankbetétek kimenekítését Nigériából. A baj akkor kezdődik, amikor ügyvédi díj fejében néhány ezer (vagy tízezer) dollár átutalását kéri tőle, s amit ez megtörténik, a család so-

ha többet nem jelentkezik. A hagyományos levelekben alkalmazott trükk is ugyancsak régi keletű. Nigériai cégek, magán-személyek már a 80-as évek közepétől művelték a pénzügyi visszaélésnek ezt a formáját. Leveleikben arra kérték a címzetteket, hogy európai bankokon keresztül nyújtsanak nekik segítség-t több millió dollár kimenekítéséhez az országból, és ők ezért cserébe 20-40%-os jutalékot fizetnek.

A nigériai bűnözőknek már legalább egy magyar áldozatuk van, legalábbis egy olyan, aki esetéről hajlandó volt nyilatkozni. Sokan azonban nem mernek a hatóságokhoz fordulni, vagy azért, mert szégyellik, hogy felültették őket, vagy mert tudják, hogy illegális cselekményben készültek részt venni. Az ajánlatot tevők attól sem riadtak vissza, hogy európai vagy amerikai partnereiket megöljék, ha azok őket felkutatva személyesen követelték vissza pénzüket. A magyarországi áldozat tavaly év végén adott interjút a Magyar Narancs-nak. A *Zoltán* elmondása szerint nem tett hivatalos feljelentést, mert nem tudta, hogy hol kellene. A tavaly májusban bepálinkolt huszonöt éves egyetemistának az utazási költségeket is beleszámítva 45-50 ezer dollárjába került az üzlet, amelyben 2 millió dolláros jutalékkal kecsegtették. A fiatalember még Beninbe is elutazott, ahol valóban megmutatták neki a bőrröndnyi pénzt – a festéses/vegyszeres trükkel fűszerezve. Végül egy ismerős hölgy, aki korábban Dél-Afrikában és Nigériában is dolgozott, és pontosan ismerte ezt a technikát, világosította fel a kétségesbeesésbe és adósságokba hajszolt áldozatot.

AST

1051 Budapest, József A.u. 18.

Telefon: 266-6548

E-mail: reservation@american.hu

A testre szabott utazás!**Budapest legjobb repülőjegy árai**

Auckland	249.900.-
Bali	181.000.-
Bangkok	112.800.-
Johannesburg	133.000.-
Los Angeles	118.400.-
Miami	89.600.-
New York	75.500.-
Rio de Janeiro	143.300.-
Singapore	161.500.-
Sydney	199.500.-
Toronto	95.000.-



**FAPADOS JÁRATOK MÁR
BUDAPESTI INDULÁSSAL IS!**

LONDON, PÁRIZS, MILÁNÓ, ZÜRICH

5.990,- Ft-tól

Egyéb városok pozsonyi indulással!

A legkedvezőbb egyéni utazások

LONDON, PÁRIZS 4 nap 43.900,-Ft
repülőjegy, szállás 2*

FLORIDA 9 nap 122.900,-Ft
repülőjegy, szállás 2*-3*, bérautó

BALI 14 nap 219.900,-Ft
repül. jegy, hotel 3*, reggeli, 5 fakultatív program, transzfer

SEYCHELLES 10 nap 279.900,-Ft
repülőjegy, apartman 4*, transzfer

HAWAII 10 nap 241.500,-Ft
repülőjegy, szállás 2*, bérautó

Foglalás: reservation@american.hu
Tel: 266-65-48

Fenti árak bizonyos feltételekkel érvényesek
Nyf. szám: R-1047/94/1999

Kanada, Ausztrália, Thaiföld vízumügyintézés !

A Nigériára hivatkozó 419-es család esetében az ország mindinkább rendezetlen helyzete miatt megkérdőjeleződött a levelek szavahihetősége, ezért a bűnözők egy ideig új helyszínekre választottak történetükhöz: Dél-Afrika, Sierra Leone, Zimbabwe stb. Emiatt egy ideig csak ritkán lehetett találkozni ilyen típusú e-mailekkel. Am az utóbbi időben új hely kínálkozott: Irak. Ismét életet leheltek a csaknem megszűnt családi módszerbe, s visszatértek az alaptörténetekhez.

Angliában és az Egyesült Államokban bűnüldözői egységek specializálódtak a család e formájára, s az amerikai titkosszolgálatok szerint a 80-as évek óta 5 milliárdra tehető az okozott kár. A MessageLabs becslése szerint a nigériai család 2003-ban már 2 milliárd dollárt hoz az afrikai országnak, s ezzel Nigéria második legnagyobb iparága lesz az online család.

Romániában a hírszerző szolgálat először 1992 és 1994 között számolt be jelentéseiben arról, hogy nagy tételben érkeznek ilyen levelek az ottani vállalkozókhoz. Az üzetlág 2001-es ismételt fellendülésekor ennek ellenére még sokan voltak, akiknek legalábbis megmozgatta fantáziáját az ajánlat.

A jelenség Romániai elterjedése miatt a Távközlési és Infotechnológiai Minisztérium (MCTI) jónak látta, hogy közleményt bocsásson ki, amelyben minden romániai internetfelhasználót figyelmeztetett annak veszélyeire. A sajtótárca közleményében részletes lírást nyújtott a nigériai e-mailekről, felsorolva azok fontosabb jellemzőit, ismertetve a család lényegét. Magyarországon központi minisztériumi körlevél ezzel kapcsolatban még nem jelent meg. Egyet tudunk, Irakon kívül más országokban, így Magyarországon is felbukkantak, majd tömegesek lettek a nigériai levelek.

Jó tudni, hogy általában minden internet-szolgáltatónak, ISP-nek van egy abuse@ kezdetű e-mail címe, ahol az ilyen eseményeket be lehet jelenteni. A másik és talán sokkal hatékonyabb megoldás, amely nemcsak ezt a csaló levelet szűri ki, a spamek ellen védő antiszamp program. }

Hasznos linkek a 419-eshez

home.rica.net/alphae/419coal/additionalsamples1.htm

w3.rz-berlin.mpg.de/~wm/wm-419.html

Nigeria - The 419 Coalition Website

home.rica.net/alphae/419coal

Scam o Rama, or The Lads from Lagos

www.scamorama.com

MT 2001/8 6

www.matud.iif.hu/oraug/nagyzt.html

Afrika: az on-line bűnözés melegágya

tech.transindex.ro/?hir=i205

Sokasodó levélszemét

A Symantec és a Hírek Kft. által szeptemberben elvégzett, 3782 fogyasztót érintő felmérés azt mutatja, hogy a levélszemét otthon és a munkában egyaránt növekvő problémát okoz. A spam bántónak, időrablónak és nehezen kezelhetőnek bizonyul.

{ A felmérés a fogyasztóknak a levélszeméttel kapcsolatos tapasztalatait és a nemkívánatos e-mailekkel szembeni aggodalmait vizsgálta. Az eredmények szerint a válaszolók 89%-a gyakori kellemetlenségnek tartja a levélszemetet.

A felmérés résztvevőinek 19%-a otthon, illetve munkahelyén több mint húsz, 35%-a pedig tizenöt-húsz kéretlen levelet kap hetente. 60%-uk egyet-

értett azzal, hogy a levélszemét általánosságban káros.

Bár a válaszadók elsősorban a munkahelyükre érkező levélszemétre panaszkodtak, a felmérés kimutatta, hogy a nemkívánatos e-mailek többsége az otthoni számítógép-használóknak szól. A megkérdezettek 7%-a naponta tíz percnél többet foglalkozik a levélszeméttel, 31%-uk pedig naponta öt percnél többet veszteget el erre. Azt is jelez-

ték, hogy a kapott spamok mennyisége növekszik, 48%-uk szerint egyre több levélszemetet kapnak.

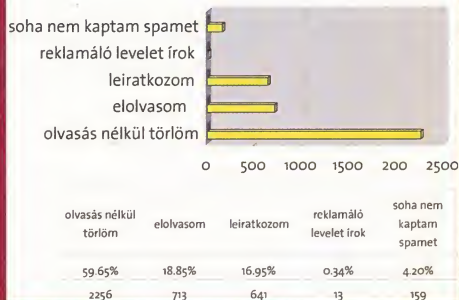
Nem elfogadott

A felmérés adataiból is egyértelműen kitűnik, hogy a spam mint kommunikációs eszköz ma már rövid távon sem kifizetődő megoldás. Trentin Tamás, a Hírek Kft. Maxima Online Direct Marke-

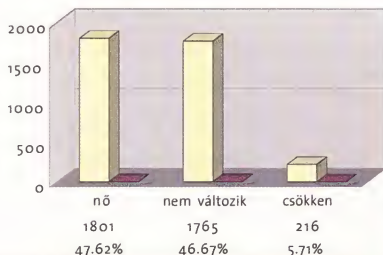
Szokott Ön kéretlen e-mailt kapni?



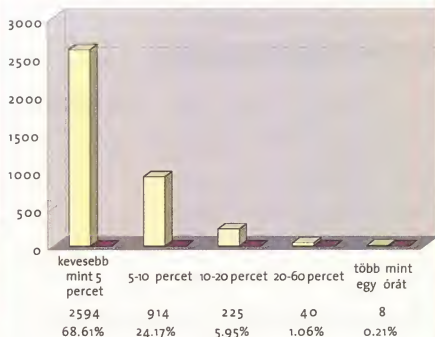
Hogyan kezeli Ön a kéretlen e-maileket?



Az Önhez érkező kéretlen levelek száma növekszik vagy csökken?

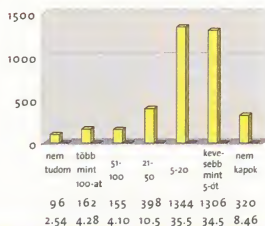


Naponta mennyi időt tölt a spamok kezelésével?



ting Üzletágának vezetője szerint azok a cégek, amelyek hosszú távra tervezik online fogyasztói kommunikációjukat, ma már csak a címzettek hozzájárulása-val küldenek elektronikus leveleket.

Magyarországon a válaszadók többsége (78%) nem hallott a levélszemétt törvényen kívül helyező hozzájárulási-bájlról, és bár majdnem minden válaszadó egyetértett azzal, hogy a spamáradat növekvő problémát jelent, 74%-uk semmilyen szoftveres védelmet nem

Hetente hány kéréten levelet kap?


Mivel a fogyasztóknak napról napra szembe kell nézniük a levélszemétt mennyiségének folyamatos növekedésével, nyilvánvaló, hogy a problémával foglalkozni kell.

Egy megoldás a szoftveres védelem lehet. Az internetes biztonsággal foglalkozó gyártók legtöbbje kínál már valamilyen spamszűrőt. A Symantec által gyártott Norton Internet Security 2003-ban például megtalálható a Norton Spam Alert, amely a Microsoft Outlook

A Symantec tanácsai a levélszemétt kezeléséhez

Ne válaszoljon a gyanús küldeményekre! A válasz megerősíti, hogy helyes volt az e-mail címe, és ez még több levelet eredményez. Ugyanezért ne kattintsan rá arra a linkre, amely a levéllistáról való leiratkozás lehetőségét kínálja fel!

Ne adja meg fő e-mail címét netes regisztrációkor vagy az e-boltokban! Legyen nyilvános célra másik elektronikus levélcíme!

Soha ne adjon meg bankkártya- vagy más személyes információt nem biztonságos weboldalon (a biztonsá-

gos helyek esetében sárga színű vagy sárga alapon fekete lakatszimbólum látszik a böngésző alsó csíkjában!)

Használjon levélszeméttszűrő vagy -blokkoló szoftvert!

Ne küldje tovább a láncleveleket! Ez a fajta e-mail levél-

szeméttnek minősül: nemkívánatos, tolakodó, túlterheli a levélszervereket, és lelassítja az internetforgalmat.

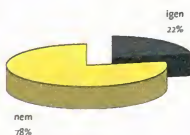
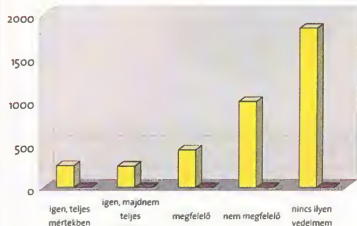
Ne adja meg e-mail címét csevegőcsatornákon, közvetlen-üzenet-szolgáltatáson keresztül vagy internetes hirdetőtáblán, illetve hírcsoportban!

Őn vagy internetszolgáltatója védekezik a spam ellen?


használ. 60%-uk olvasatlanul törli a kéréten levelet, 19%-uk pedig megnyitja, és elolvassa azt.

Ennél is nagyobb gond, hogy a felhasználók 17%-a kéri a terjesztői listáról való törölését. „A válaszadás, de még a »leiratkozás« gombra való rákattintás sem ajánlatos” – mondja Konkoly Thege Szabolcs, a Symantec magyarországi és romániai területi igazgatója. „Ezzel

ugyanis arról értesíti a levélszemétt küldőjét, hogy ez az e-mail cím él, és tulajdonosa megnyitja a spameket. Ennek eredményeként egyre több nemkívánatos levelet fog kapni. A levélszemétt pedig a legjobb esetben is bosszantó. Ha a legrosszabb oldalát nézzük, visszaszatisztó, és valódi veszélyt jelent a termékeknélre és az erőforrásokra.

Hallott arról, hogy a kéréten e-mailek küldését törvény tiltja Magyarországon?

Élégedett Ön ezzel a védelemmel?


Express, az Eudora, a Netscape Messenger és más POP3-as e-mail programok használatakor kiszűri a bejövő reklámáradatot. A program felismeri a levélszeméttet, és a tárgymezőben megjelöli azt. A felhasználók ezután beállíthatják, hogy a kéréten levelek az erre kijelölt mappába kerüljenek, vagy egyszerűen törölődjenek.



Stabilitás Sebesség Kezelhetőség

Egészen az újkorig, eleink a szél szárnyán tudták a leggyorsabban megtenni a legnagyobb távolságokat. Így, fejlett kommunikációs rendszerek hiányában, a hírek sebessége is ki volt szolgáltatva az időjárási viszonyoknak.

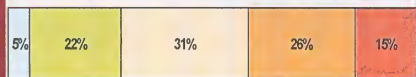
Az Elender Üzleti Kommunikáció a gazdasági élet meghatározó szereplői mellett számos olyan kis- és középvállalat informatikai hátterét is biztosítja, amelyek nyitottak az emelt szintű alkalmazások felé. Mi pedig, miközben biztonságos és kiszámítható rendszerekkel szolgáljuk partnereink sikereit, újra meg újra megküzdünk a kiszámíthatatlan természet erőivel is – csak úgy, kedvtelésből.

Internetszolgáltatómat olcsóbbra cserélném

Az NRC Piackutató Kft., valamint a TNS Gazdasági és Társadalmi Marketing Tanácsadó Kft. szeptemberben felmérte, hogy a gyakori (hetente többször) internetezők hogyan vélekednek a magyarországi internetszolgáltatókról, illetve az általuk nyújtott szolgáltatásról. A fontosabb eredményeket összefoglalva megállapítható, hogy nagyobb részükhöz már rendelkezik otthoni előfizetéssel, és 40%-uk hetente legalább 11 órát tölt aktív világháló-használattal. Közel 40%-uk elégedetlen szolgáltatójával, és gondolkozik már azon, hogy lecseréli azt, de a válaszokból kiderül, hogy az elégedetlenkedők felének alternatíva hiányában nincs lehetősége kedvezőbb ajánlatot igénybe venni.

A gyakori internetezők a világhálót döntően információ-gyűjtésre és tájékozódásra használják (57%). Ezt követi a játék és a szórakozás (15%), majd a kommunikáció (12%). 40%-uk legalább heti 11 órát tölt aktív internetezéssel, s ez igazolja azt az állítást, hogy az elmúlt három évben növekedett a világháló-használattal töltött idő.

Hetente átlagosan mennyi időt tölt internetezéssel?



□, 1 óránál kevesebbet", □, 1-3 órát", □, 4-10 órát", □, 11-20 órát", □, 20 óránál többet"

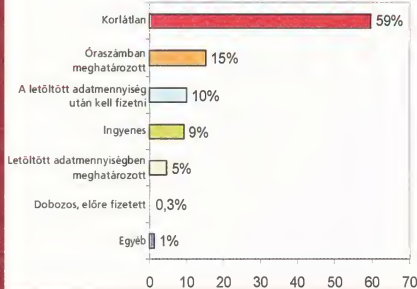
A gyakori internetezők egyetértene abban, hogy amióta a világhálót aktívan használják, hatékonyabbak munkájukban, tanulmányaikban (68%), jobban értenek a számítógéphez (62%), több információval rendelkeznek a világ többi országáról (60%), illetve több emberrel tudnak kapcsolatot tartani (66%). Viszont nem értenek egyet azzal, hogy jelentősen kevesebbet olvasnának újságot, vagy néznének tévét, hallgatnának rádiót (56%). Nem érzik továbbá úgy, hogy kevesebb időt töltenének a családjukkal, barátaikkal (83%), illetve ritkábban járnának szórakozni (72%).

A legtöbb otthonról is

A gyakori internetezők nagyobb része már rendelkezik otthoni hozzáféréssel. E felhasználók több mint fele már legalább két éve, több mint 20%-a pedig az elmúlt egy évben vezette be lakásába az internetet. Az otthoni előfizetéssel rendelkezők 23-23%-a ADSL/BDSL-, illetve kábeltéves netkapcsolatot tart fenn. A modemesek aránya még mindig magas, hiszen minden harmadik válaszadó jelenleg is így kapcsolódik a világháléhoz.

Az otthoni előfizetéssel rendelkezők jelentős részének az Axelero/Matávnet/Matáv biztosítja a szolgáltatást (33%). Ezt követi a UPC, a Freestart és a Datanet. E hozzáférések közel 60%-a ma már korlátlan kapcsolódási lehetőséget biztosít.

Otthoni internet-előfizetések típusai




"28 éves, sikeres marketingvezető egy nagyvállalatnál.
Kreativitásával diktál a piacon.
Döntéseit elsőrendű információkra alapozza."

NetMonitor

Kérdezzen Ön is az októberi
elektronikus kereskedelmi
vizsgáló NetMonitor felmérésben!

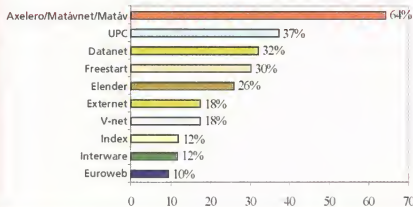
Tel: 239-62-97 • netmonitor@nrc.hu • www.netmonitor.hu

Említésre méltó továbbá, hogy az otthoni előfizetők közel 10%-ának ingyenes szolgáltatója van.

A felhasználók számára a három legfontosabb szempont az internetszolgáltatással kapcsolatban, hogy az olcsó (58%) és

(37%) és a Datanet (32%) között választhatnak. Meg kell említeni viszont, hogy meglehetősen sokan nincsenek tisztában azzal, lakóhelyükön milyen szolgáltatókkal tudnak előfizetési szerződést kötni.

**Milyen más szolgáltatóval van lehetősége szerződést kötni?
(A leggyakrabban említett szolgáltatók az „igen” válaszok arányában)**



gyors (52%) legyen, valamint korlátlanul rendelkezésre álljon (38%). Az otthoni előfizetők a sebesség tekintetében inkább elégedettek (51%) szolgáltatójukkal, az ár tekintetében viszont már kevésbé (34%). Fontos azonban megjegyezni, hogy csupán az egynegyedük tartja kifejezetten magasnak az internetes költségeket.

Arra a kérdésre, hogy „Gondolkozott-e már jelenlegi szolgáltatójának lecserélésén?”, a következő válaszokat adták:

Nem, mert elégedett vagyok jelenlegi szolgáltatómmal	48%
Nem, mert az én szolgáltatóm biztosítja a legkedvezőbb internet-szolgáltatást	8%
Nem, mert több hónap is eltelhet, míg egy másik internetszolgáltató beköti az internetet	6%
Igen, mert elégedetlen vagyok jelenlegi szolgáltatómmal	8%
Igen, mert van más szolgáltató, amely kedvezőbb lehetőségeket biztosít	9%
Igen, de sajnos nincs más szolgáltató, amelyre áttérhetnék	20%
Tervezem lemondani, mert már nincs szükségem otthoni internetre	1%

A válaszokból kitűnik, hogy az otthoni internet-hozzáféréssel rendelkezők közel 40%-a elégedetlen szolgáltatójával, és gondolkodott már rajta, hogy lecseréli azt. Viszont az is kiderül, hogy az elégedetlenkedők mintegy fele egyéb lehetőség híján nem tud számára kedvezőbb ajánlatot igénybe venni. Aki szeretnének más internetszolgáltatót választani, azok jellemzően az Axelero/Matávnet/Matáv (64%), a UPC

Jobbra cserélnek

Az otthoni előfizetéssel rendelkezők 32%-a lecserélné jelenlegi szolgáltatóját, ha más ugyanazt a szolgáltatást 20-30%-kal olcsóbban biztosítaná. A sebesség azonban még az árnál is fontosabb számukra, ugyanis 44%-uk váltana szolgáltatót, ha ugyanazért az ártért gyorsabb internet-hozzáférésre nyílna lehetősége.

A fentiek mellett fontos megemlíteni, hogy 80%-uk nagyon hasznosnak tartja a világháló otthoni elérését, és 35% véleménye szerint javultak családja életkörülményei is. 15%-nak a munkahelye támogatja az internet-hozzáférést, s közülük minden másodiknak az internetezés teljes költségét fizeti a munkaadó. Az otthoni felhasználók átlagosan 5 és 10 ezer forint között költenek havonta az internetre.

Vannak, akik még nem

Azok, akiknek jelenleg nincs otthoni előfizetésük, három indokkal magyarázták elzárkózásukat: „nem engedhetem meg magamnak anyagilag” (53%), „túl drágának tartom” (38%), illetve „nincs szükségem otthoni internet-előfizetésre, hiszen van olyan hely, ahol ingyen hozzáferek” (34%).

Az otthoni hozzáféréssel nem rendelkezők 70%-a tájékozódott már az előfizetés lehetőségéről, de 80%-uk még nem tudja megítélni, hogy melyik lenne számára a legmegfelelőbb szolgáltató. A fennmaradó 20% a V-netet, a TVNET-et és az Axelero-t tartja a legjobbnak.

A szolgáltató kiválasztásánál sorrendben az ár, a megbízhatóság, a sebesség, a bekötési díj nagysága, az előfizetési időszak hossza és a cég neve a legfontosabb szempont.

A hozzáféréssel nem rendelkezők 29%-ának ma még nincs szüksége otthoni internetkapcsolatra. A felhasználók átlagosan 4700 forintot fizetnének ki erre a célra. 20%-uk fél éven belül tervezni bevezetni otthonába az internetet. Kétharmaduk ADSL vagy BDSL igénybevételét tervezi, de döntő többségük még nem tudja, hogy melyik szolgáltatót válassza. Jelenleg az internetezőket nagyban befolyásolják az előfizetéshez kapcsolódó kritériumok (pl. ha valaki lemondja a szolgáltatást az előfizetési időszak alatt, akkor is ki kell-e fizetnie a teljes prídusra vonatkozó díjat). Ha bármikor anyagi kár nélkül lemondhatnak előfizetésüket, akkor az internettel nem rendelkezők kétharmada jobban hajlana a világháló bevezetésére otthonába. }

Az adatfelvétel 2003. augusztus 28. és szeptember 5. között zajlott. A több mint

520 érvényes kérdőív adatai nem, kor, iskolai végzettség és településtípus szerint (a

TNS InterBus adatai alapján) reprezentatívnak tekinthetők a hetente többször

internetező magyarországi felhasználók körében.

Nyílt és biztonságos

Hat új Java-rendszer

a Sun Microsystems kínálatában

A Sun Microsystems szeptember 16. és 18. között zajló SunNetwork konferenciája számos meglepetést tartogatott az érdeklődők számára. Az esemény szinte minden egyes órájára esett egy-egy innovatív bejelentés, amelyek száma a három nap végére meghaladta a huszát. A Sun meggyőzően tudatta a piaccal, hogy elkötelezett a hálózati informatikai rendszerek költségeinek csökkentése mellett, és nem tűr meg egyetlen biztonsági rést sem.

{ Manapság a hagyományos infrastruktúra több gyártótól származó szoftverkomponenseinek beszerzése, integrálása és támogatása olyan bonyolult és költséges feladat, amelyet egyetlen vállalat sem engedhet meg magának. Az informatikai infrastruktúra sokkal több, mint az egyes termékek vagy az egyes szoftverek összessége. Egységes, holisztikus szoftverrendszerekről beszélhetünk, amelyek költsége és biztonsága nagymértékben függ az egyes részekeségek gyártójának ilyen irányú elkötelezettségétől.

A SunNetwork konferencián az érdeklődők megismerhették a Sun Java System rendszert, amely gyökeresen új szemléletet hozhat a költségek és a kockázat csökkentése terén a hálózati szoftverek világában.

A Sun Java System részeként a vállalat hat új, nyílt, alacsony költségű, biztonságos rendszerbe tömöríti teljes szoftverkínálatát, és mindegyik áttörést jelent az ár, a biztonság és az interoperabilitás szempontjából.

A hat új, Java márkanévvel ellátott, teljesen integrált rend-



szer platformot jelent a szerver-, az asztali, a fejlesztői, az operátori és hamarosan a mobil-, valamint a kártyás Java-rendszerek számára.

Hatos fogat

A Sun Java Enterprise System a vállalati infrastruktúra-szoftverek konszolidált rendszere, amely az összes költséget, azaz a szoftverlicenc, a szupport, az üzemeltetés, a konzultáció és az oktatás árát is figyelembe véve alkalmazottanként évente 100 dollárba kerül egy vállalat számára. A teljes integrált rendszerre egy időben jelennek meg a frissítések és az új szoftververziók, ami jelentősen leegyszerűsíti és kiszámíthatóvá teszi a vállalati rendszerek működtetését. A Sun Java Enterprise System 10 jelentősen megújított elemet tartalmaz, amelyek lefedik a vállalati middleware-platform egészét, beleértve a díjnyertes hálózati azonosságkezelőt, a kommunikációs



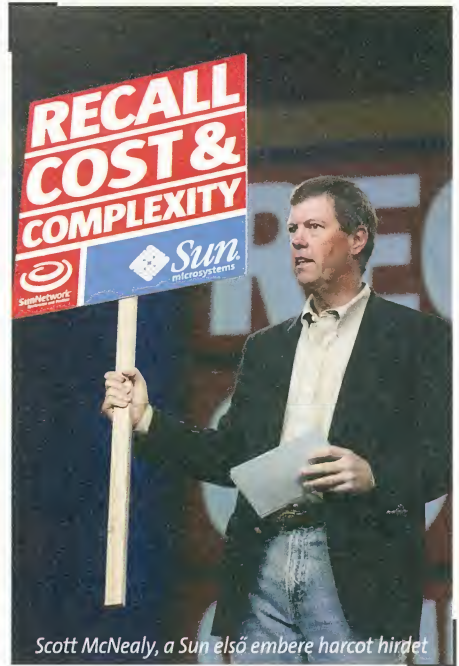
platformot, a Java System Application Servert (korábban Sun ONE Application Server), a Java System Portal Servert stb.

A Sun Java Desktop System (korábbi projektnevének Mad Hatter) a jelenleg használt, igen elterjedt irodai programok valódi alternatíváját jelenti. Biztonságos, vírusokkal szemben rezisztens és más rendszerekkel kiválóan együttműködő szoftvercsalád, amely tartalmazza a StarOffice 7 irodai csomagot, a Mozilla böngészőt, egy teljes értékű, szintén nyílt forráskódon alapuló levelező- és naptárprogramot, a RealONE és a Macromedia Flash lejátszót. Mindez a mai irodai rendszerkörnyezetek költségének töredékeért, gépenként 100 dollárért lesz kapható, a Sun Java Enterprise System használatát választók számára pedig csupán 50 dollárért vásárolható meg. A Sun Java Desktop System elsőként kínálja azt a lehetőséget, hogy a személyi számítógépekre és munkállomásokra kedvező árú operációs rendszer és irodai alkalmazáscsomag kerüljön. Márpedig ma – a még olcsóbb és még biztonságosabb rendszerek iránti igénytől vezetve – mind az otthoni felhasználók, mind a vállalati informatikai igazgatók intenzíven

érelklődnek az alternatív asztali rendszerek iránt.

A Sun Java Studio Enterprise átfogó fejlesztőeszköz-készlet a Sun Java Enterprise Systemhez, amely integrált fejlesztői környezetből (IDE), kapcsolófelület-készítőkből (connector builders), programmodulokból (plug-in) és a teljes Java Enterprise System környezetből áll.

Az N1 olyan következő generációs operátorplatform, amely virtualizációs és erőforrás-kiosztási szolgáltatásokat biztosít



Scott McNealy, a Sun első embere harcot hirdet

a tárolóeszközökhöz, szerverekhez és blade-szerverekhez, mostantól pedig – az új, megosztott szolgáltatások, valamint az egy gombnyomással telepítést végző N1 CenterRun 4.0 révén – alkalmazásokhoz is.

A Sun Java Mobility System integrált platformot kínál a piacra ma jelen lévő több mint 200 millió javas mobilkészülékhez – telefonokhoz, PDA-khoz és más hordozható készülékekhez.

A Sun Java Card System egy teljes azonosítási platform, amelynek feladata, hogy személyi hitelesítési szolgáltatásokat nyújtson a biztonságos elektronikus kereskedelem és szolgáltatások érdekében a világ mintegy 500 millió Java Card-felhasználójának.

A Sun bejelentései mindenki számára – legyen szó akár vállalatokról, akár otthoni felhasználókról – kézzelfogható községbe hozták a nyílt forráskódon alapuló, olcsó és biztonságos platformok világát. }

Őszi netes összkép

Három éve használjuk az ADSL-t

Széles sávú internetes lánban ég az ország? Ez azért talán túlzó megállapítás lenne, ám a statisztikai adatok mégis valamilyen emelkedésről árulkodnak. Év eleje óta megduplázódott az ADSL-vonalak száma, s ma már minden negyedik felhasználó széles sávú technológiával csatlakozik a világhálóra. Az ősz ellenére mostani összeállításunk nem az elmúlásról szól, sokkal jellemzőbb lenne a témára a tavaszi rügyfakadás és virágzás.

GALVÁCS LÁSZLÓ

{ Nem csekély büszkeséggel számolt be Kovács Kálmán informatikai és hírközlési miniszter arról, hogy valamiben végre megelőztük a fejlett Nyugatot: a hagyományos, betársázós internetezők és a széles sávú csatlakozások arányában. A hazai „három az egyhez” viszonyszám az átlagos nemzetközi „egy az egyhez” arányhoz képest nagyon jónak mondható.

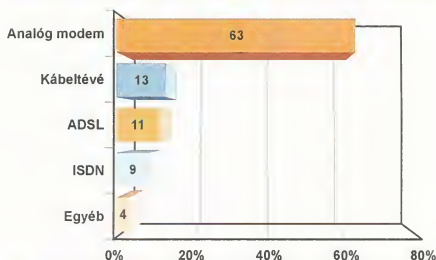
A technológia világában – de talán az élet más területein is – a későn ébredők óriási előnye, hogy ha belevágnak valamibe, akkor az adott pillanatban a legkorszerűbb megoldásokhoz folyamodhatnak. Ha már egyszer internetezésre adja a fejét a magyar honpolgár, a sokat – és okkal – dicsért széles sávú megoldásokat, elsősorban az ADSL-t részesíti előnyben. Azonban némi keserű szájjal jegyezhetjük meg, hogy hiába kedvező a tendencia az arányok tekintetében, a tényleges „netizentábor” nagysága vagy akár az országos ellátottság szempontjából korántsem ilyen rózsás a helyzet, s a nyugati országoknak alig-ha kell tartaniuk attól, hogy egyhamar lepipáljuk őket.

Othton és a munkahelyen

A BellResearch által kiadott Magyar infokommunikációs jelentés legfrissebb adatai szerint 2003 első félévének végén a személyi számítógéppel rendelkező mintegy 1050 ezer hazai háztartás egyharmada, vagyis 337 ezer rendelkezik otthoni internetkapcsolattal.

Legnagyobb hányaduk, közel kétharmaduk hagyományos telefonvonalon keresztül internetezik, ISDN alapú hozzáférés közel egytizedüknél található. A kapcsolatok körülbélül egyegyede már széles sávú, a kábeltévé és az ADSL a netező háztartások 13, illetve 11 százalékánál található meg. Mobiltelefo-

Távközlési megoldások az internet-hozzáféréssel rendelkező háztartásoknál



Bázis: az összes internet-hozzáféréssel rendelkező háztartás, N=423

Forrás: BellResearch – Magyar infokommunikációs jelentés, 2003

ADSL: közel a százezerhez

A Matáv és viszonteladói (elsősorban természetesen az Axelero) együtt több mint 70 ezer ADSL-vonalat értékesi-

tettek, s a Vivendi ügyfeleinek száma is meghaladja a 10 ezeret. Az Emitel és a Monortel részesedése egyelőre nem

meghatározó. A Hungarotel alig néhány hónapja, április 28-án, különböző akció és kedvezmények nélkül indíto-

ta el széles sávú szolgáltatását, így talán érthető, hogy ügyfeleinek száma egyelőre csekély, mintegy 200-ra tehető. Vagyis országszerte összesen alig 90 ezer telefonkészülék mellett élvezhetik az internetezők az ADSL technológia által kínált előnyöket.

nos vagy egyéb hozzáféréssel a háztartásoknak még csak igen kis hányada kapcsolódik a világhálóra.

Az üzleti szegmensben a legalább 1 darab személyi számítógéppel rendelkező vállalati alapsokaságban a cégek mintegy 62 százaléka rendelkezik internet-hozzáféréssel valamelyik telephelyén.

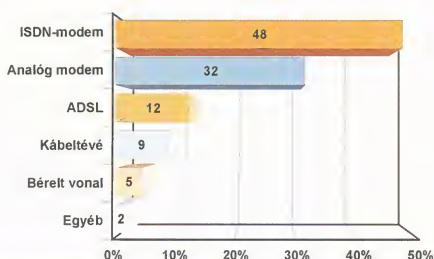
Ez az arány a vállalatméret növekedésével együtt emelkedik: míg az 1–9 fős mikrovállalatok körében 58 százalékos, addig a 205 fő feletti nagyvállalati szegmensben csaknem teljes, 97 százalékos internetpenetrációról számol be a jelentés.

A magas penetrációs szinttel jellemezhető méretszegmensekben az internetellátottság növekedése lassuló ütemű (elsősorban a nagy- és középvállalatoknál). Az internetes fejlesztések itt jellemzően már nem a hozzáférés kiépítésére, hanem sokkal inkább annak minőségi javítására irányulnak.

A kisvállalatok internetellátottsága kétharmados, és a legkevesbé fejlett mikrovállalati szegmensben is 58 százalékos a penetrációs szint.

A BellResearch adatai szerint 2002 végén a vállalati szektorban legelterjedtebb internet-hozzáférési technológiának továbbra is a nyilvános kapcsolt vonali telefonhálózat számít, s ezen belül – a lakossági gyakorlattal szemben – az ISDN szerepe a meghatározó. A 250 fő feletti nagyvállalatok kivételével – ahol a bérelt vonali kapcsolatok dominálnak – a cégek legna-

Az egyes technológiák elterjedtsége az internet-hozzáféréssel rendelkező hazai cégek körében



Bázis: internet-hozzáféréssel rendelkező vállalatok, N=931

Forrás: BellResearch – Magyar infokommunikációs jelentés, 2003

gyobb részénél, közel felénél (47–48 százaléknál) gyakorlatilag az összes méretszegmensben digitális, ISDN alapú elérés található. Ugyanakkor a hagyományos, analóg modemek internet-hozzáférés jelentősége sem elhanyagolható, hiszen a vizsgált vállalatok csaknem harmadánál (32 százaléknál) létezik ez az adatátviteli forma.



A bérelt vonali kapcsolatok az 50 fő feletti cégekre jellemzők. A nagyvállalatok körében a technológia súlya a legnagyobb, a szervezetek több mint felénél élnek vele, a középvállalatoknál azonban csak a harmadik helyen áll, a kapcsolt vonali hozzáférés gyakoribb.

Az ADSL-kapcsolat a teljes vállalati alapsokaságban kevésbé elterjedt, csak minden nyolcadik cég (12 százalék) alkalmazza ezt a technológiát, legnagyobb arányban a 10–49 fős kisvállalatok. Kábeltelevíziós hozzáférés az internetező cégek 9 százalékánál található, e kapcsolattípus jellemzően az 1–9 fős mikrovállalati körben örvend népszerűségnek.

maximum 512 kbps, a feltöltés pedig legfeljebb 128 kbps. Ez a technológia kicsit lassabban terjed, mert nem elég a központot korszerűsíteni, hanem általában a hálózatot is át kell alakítani ahhoz, hogy a visszirányú kapcsolatot biztosítani tudja. A jelentős beruházást csak a nagyobb társaságok tudják vállalni, emiatt egyelőre kevesebb helyen, inkább a nagyobb városokban érhető el.

Az ISDN egy vagy több egyidejű digitális összeköttetésen keresztül szintén lehetővé teszi a nagy sebességű, jó minőségű hang-, adat-, szöveg- és képinformációk bármiféle kombinációjának küldését és fogadását. Az internetsatlakozáshoz speciális ISDN-modemre van szükség. Ez a módszer azonban kes-



Versengő technológiák

A felhasználó igényei és a műszaki lehetőségek határozzák meg, hogy dial-up, ISDN-, ADSL-, kábeltelevíziós vagy netán bérelt vonalas internetszolgáltatásra érdemes-e előfizetni. Ha már széles sávra vágyunk, otthoni használatra az ADSL vagy a kábeltelevízió a jó választás. Az ADSL felé billenti a mérleg nyelvét, hogy a legszűkebb szakaszt (a felhasználási hely és az adatkapcsolati csomópont közötti kábelrész) ennél a megoldásnál csupán egyetlen előfizető használja internetezésre – szemben a kábeltelevízió megosztott hálózati technológiájával.

Az összehasonlítás megkönnyítése érdekében vegyük sorra az egyes szolgáltatási módokat. Az ADSL-ről már esett szó, itt csak a lényegyet emeljük ki: előnye, hogy a széles sávú hozzáférés révén jelentős kapacitással bír, állandó kapcsolatot biztosít, és korlátlan a letölthető adatmennyiség.

A kábeltelevíziós internet (kábelnet) a telefonvonaltól függetlenül, egy másik „közmu” segítségével tesz lehetővé állandó, széles sávú internet-hozzáférést, szintén elég gyors információáramlással. A sebesség itt is aszimmetrikus: a letöltés

keny sávú hozzáférést nyújt (a két csatorna összevonásával is legfeljebb 128 kbps a le- és feltöltés sebessége), továbbá nem biztosít állandó kapcsolatot. Kisebb vállalkozásoknál, irodákban viszont hasznos lehet az ISDN ismert előnyei révén, s ha már van, elfogadható módon lehet vele internetezni.

A hagyományos telefonvonalon megvalósuló dial-up hozzáférés az internetezés legelső formája. Hátránya, hogy nem biztosít folyamatos kapcsolatot, megfelelő kapacitást, és a kis sávzélesség miatt az információáramlás sebessége épphogy elfogadható (legfeljebb 64 kbps).

Arccal a kis települések felé

Hála a szolgáltatók erőfeszítéseinek, ma már elmondható, hogy az ország lakosságának mintegy 70 százaléka olyan településen él, ahol elérhető az ADSL. Elsősorban természetesen a nagyvárosokban végeztek el a szükséges fejlesztéseket, de ma már egyre nagyobb mértékben fordul a figyelem a kisebb települések felé. A szolgáltatók nagyságával arányos az általuk ellátott települések száma. Míg a Matáv listája százas nagy-

ságrendű, a Vivendinél néhány tucatnyi név szerepel a sorban, a Hungarotelnél pedig alig haladja meg a tizet az ADSL-ellátott települések száma. Ennél pontosabb adatokat nehéz közölni, mert a helyzet napról napra változik. A részletes listák a telefonszolgáltatók honlapjain megtalálhatók, és azokon mind gyakrabban bukkannak fel alig ismert községek, falvak nevei is.

A széles sávú internetes lehetőségek további terjedését a kormányzat is ösztönzi. Az év első felében meghirdetett támogatási rendszer mellett augusztus végén új projektet jelentett be Kovács Kálmán informatikai és hírközlési miniszter. A Közháló nevet viselő program a közcélú intézmények, közösségi hozzáférési helyek (a kormányzati informatikába nem tartozó helyi közigazgatási szervek, közintézmények, iskolák, közfeladatot ellátó egyéb szervek, civil szervezetek) elektronikus kommunikációs infrastruktúráját hivatott biztosítani. Ez egymással összekapcsolt, de önálló egységekből, úgynevezett alhálókból álló informatikai rendszer. Nem új hálózat épül ki állami beruházás formájában, hanem a piaci szereplők szolgáltatásait veszik igénybe pályázat útján. Nem utolsósorban

azt várják a tárcánál, hogy a Közhálóban való részvétel a szolgáltatók számára olyan településeken is vonzóvá teszi a beruházást, ahol egyébként az gazdaságtalan lenne. A Közháló első fázisában 7300 végpontot érnek el, és ugyancsak ebben a szakaszban valósulnak meg az alap-infrastruktúra meghatározó részei, valamint az ehhez kapcsolódó hálózati felületei, ügyfélszolgálati és internetes szolgáltatások.

Vagyis így összelehet rakni azt a kijelentést, hogy amiképpen a tavaszi hóolvadáskor fokozatosan megszűnik a hótakaró, úgy lassan a széles sávú internetezés térképe is eltűnne a fehér foltok.

Letölthető térképek:

Budapesti:

www.adsl.matav.hu/lefedett/lefedett_budapest.htm

Országos:

www.adsl.matav.hu/images/maps/hun_nagy.gif

Technológiai háttér

Tény, hogy egyre népszerűbbek a széles sávú megoldások, és ez egyáltalán nem meglepő, ha megvizsgáljuk például az ADSL pozitívumait. Az Asymmetrical Digital Subscriber's Line kifejezés utolsó három tagja (digitális előfizetői vonal) ezúttal kevésbé érdekes. A hangsúly az aszimmetrikus jelzőn van, ez az, amiért azt mondják, hogy ezt a műszaki megoldást kifejezetten az internetre találták ki.

A hagyományos, réz érpáras telefonhálózatban található beszédcsatorna (ebből az ISDN esetében kettő van) mellett frekvenciaszétválassal további két, eltérő sebességű csatornát tart fenn az ADSL-rendszer. Az adatfelvitelre szolgáló irány ala-

csnyabb sebességű (kb. 64 kbps), míg a felhasználó számára fontosabb letöltés sebessége 384 kbps-tól akár 1,5 Mbps-ig terjedhet. A kapcsolatot tényleges sebessége a tapasztalatok szerint általában a szolgáltató által ígért maximumhoz közelít.

Az ADSL a rézvezetéknek azt a tulajdonságát használja ki, hogy meglehetősen széles frekvenciaspektrumban képes a jelek átvitelére. A hagyományos telefon ebből csak a beszéd megértéséhez szükséges tartományt használja ki. Érzékeltesül egy kis összehasonlítás: a hi-fi minőségű hangzás 20 hertz és 20 kilohertz közötti sávot adja vissza a szórakoztatóelektronikai eszközök hangszórói.

Az analóg telefon ennél jóval szűkebb tartományban, 300 és 3400 hertz között működik. Az ISDN is (immár digitálizált formában) csupán az első 80 kilohertzt veszi igénybe. A legtöbb országban meghonosított szabvány szerint a 134 kilohertztől 1,4 megahertzig terjedő sávot alkalmazzák az ADSL technológiájához.

A vezeték kettős célú, akár egyidejű használatát a központban, illetve az előfizetőnél felszerelt frekvenciaszűrő teszi lehetővé. A távközlési szolgáltató valahol „megcsapolja” a telefonvonalat, és ráköti az úgynevezett leválasztó splittert, ehhez pedig a DSL-modemet. Így a leválasztott telefonhívások a központ felé futnak, míg a felső ADSL-tartomány egy másik berendezésen és vonalon az internetszolgáltatónál landol. Így válik lehetővé a két különböző típusú és el-

térő használati szokásokon alapuló igénybevétel: a hívásonként más-más végponttal felépített telefonkapcsolat, illetve a jellemzően egy állandó helyre (az ISP-hez) irányuló, akár folyamatos összeköttetés.

Ez a megoldás így időben és adatforgalomban egyaránt korlátlan és folyamatos internetkapcsolatot biztosít, a neten ténylegesen eltöltött időtől független, fix költségért. Az internetes csatornák teljesen függetlenül működnek az alapszolgáltatást jelentő beszédcsatornától. Olyannyira, hogy a telefonvonalat egyidejűleg is lehet használni beszélgetésre vagy faxkommunikációra (ennek percdíja a telefonszámlán jelenkezik), illetve internetezésre, aminek fix díját rendszerint az internet-szolgáltatók (mint ADSL-vízonteladók) számlázzák.

Vezeték nélküli köldökzsinór

WLAN a mobil-adatátvitelben

Légy mobil! – talán ez lehetne napjaink legjellemzőbb szállóigéje, legalábbis ezt sugallják a távközlési és informatikai szolgáltatók és gyártók üzenetei. A mobilitás manapság már nemcsak a telefóniában válik szinte alapkövetelménnyé, mind gyakrabban igénylik a számítógépes kommunikációban is. A mozgékonyaság azt feltételezi, hogy megszabadulunk a kötöttségektől. Mindenekelőtt a kábelektől. Összeállításunk a vezeték nélküli kapcsolatokról szól, azon belül is elsősorban a Wi-Fi „védjeggyel” fémjelzett helyi hálózatokról, vagyis a WLAN-okról.

GALVÁCS LÁSZLÓ

{ A Wi-Fi rövidítés kísértetiesen emlékeztet – legalábbis hangzásában – a szórakoztatóelektronikában honos HIFI (vagy hifi) betűsorra, valójában azonban semmi közük egymáshoz. Míg az utóbbival a valósághű megszólalást (hangminőséget) jelzik, addig az előbbi a vezeték nélküli adatkommunikáció egyik divatos kifejezése.

A Wi-Fi valójában a Wireless Fidelity rövidítése, tehát nem szabvány, nem termék vagy szolgáltatás, hanem a kettőt összekötő tanúsítvány. Persze létezik egy szabvány (az IEEE 802.11 – lásd a Minilexikon című keretes írást) a rádiós kom-

munikáció egy meghatározott típusára, működik továbbá egy WECA (Wireless Ethernet Compatibility Alliance) nevű társaság, amely bonyolult hálózati tesztek végzését a WLAN-termékeken, és Wi-Fi címkével minősíti, garantálja, hogy azok megfelelnek a szabványnak, betartják a kompatibilitás elvét.

A vezeték nélküli adatkommunikációnak számos válfaja ismert, amelyek azonban többé-kevésbé eltérő felhasználói igényeket elégítenek ki. Ilyen például a Bluetooth, a WLAN, a GPRS, az EDGE, a harmadik generációs UMTS, de akár ide sorolhatjuk az utóbbiak elődjét, a jól ismert GSM-et is.



Mobilitás kicsiben és nagyban

Előző mondatunkban azért szerepel a némi bizonytalanságra utaló „többé-kevésbé”, mert az egymáshoz közeli (esetleg szabványos) megoldások (vagy azok gyártói) olykor „határsértést” követnek el, próbálnak lecsipenteni a szomszédos technológia piacából. Arról azonban szó sincs, hogy az említett technológiák közül valamelyik egyeduralgódóvá válna, és teljesen kiszorítaná a többit. A felhasználási területek, a műszaki sajátosságok és a piaci szabályok (értsd: szabványok) figyelembevételével nagyjából három fő szegmens különböztethető meg a vezetékek nélküli adatkommunikáció piacán. Jelöljük ezeket a konfekcióiparban szokásos módon:

Variációk WLAN-ra

A vezetékek nélküli hálózati technológia nem újdonság. Húsz évvel ezelőtt is létezett már ilyen, csak akkor még lassú volt, drága, valamint a szabványok hiánya a különböző gyártók termékeinek együttműködését lehetetlenné tette. Ma már – szabványok alapján – többféle alkalmazás is bizonyította a gyakorlatban a technológia létjogosultságát.

A hazai mobilszolgáltatók közül elsőként a Westel léte-

sített WLAN-rendszert, az egyre terjedő nemzetközi gyakorlatnak megfelelően a Ferihegyi repülőtérén (a 2B terminál egész területén). A tavaly novemberben kísérletként elindított szolgáltatás segítségével az utasok erre alkalmas eszközeikkel akár a váróteremben is kapcsolódhatnak az internetre. A szolgáltatás az összes Westel-üzletben is elérhető. A cég azt tervezi, hogy a későbbiekben számos forgalmas pon-

A három megoldás közötti különbség jól érzékeltethető a vezetékes telefonióból vett, persze jócskán leegyszerűsített hasonlattal:

Az S jelű módszer az otthoni telefon párhuzamosításának felel meg, vagyis amikor egyetlen vonalra több készüléket is felszerelünk a lakás különböző helyiségeiben.

Az M lehetne a vállalati alközponti rendszer, illetve az ahhoz tartozó házi vonalak a belső hívásokhoz.

Az L pedig a nyilvános telefonhálózat helyi, távolsági és nemzetközi hívásokhoz.

Nyilvánvaló, hogy a Bluetooth technológiával nem lehet lefedni a Földet, de még a WLAN-nal is reménytelen vállalkozás lenne. Kis átfedések azonban elképzelhetők: esetleg a „kék fo-

ra az internetet. A szolgáltatás továbbfejlesztett változata az EasyNet Plusz, amelyet már közvetlenül a felhasználók vehetnek igénybe, előre fizetett kártyák segítségével – szintén a forgalmasabb helyeken létesített WLAN-ok közvetítésével. Az Astoria, a Regency és a Mercury Korona Szállóban, illetve a Mindentudás Egyeteme helyszínén létesített rendszerek után az EasyNet Plusz elérhető a Gerbaud Ház termeiben és teraszán, valamint a Café del Art teraszain.

S (small) – a kisméretű módszer: elsősorban személyes használatra szolgál, például a mobiltelefon és a fülhallgató/mikrofon drótnélküli összekapcsolására, háztartási eszközök összekötésére, vezérlésére stb., vagyis alapvetően néhány méteren belül működtethető. Ennek domináns szabványa a Bluetooth.

M (middle) – a közepes rendszer: jól körülhatárolható helyi hálózat vezetékek nélküli kialakítására, vállalati telephelyek belső használatra szóló vagy forgalmas helyek (pl. repülőterek) nyilvános célú lefedésére szolgál. Tipikusan ilyen a WLAN.

L (large) – a nagy hálózat: összefüggő területek teljes lefedése nyilvános (közcelű) szolgáltatások céljára. Legjobb példája a GSM, illetve annak újabb generációi, a GPRS vagy majdan az UMTS.

gú” módszerrel is rákapcsolódhatunk otthon az internetre, a nyári melegben a vén diófa árnyékába kimenekített, vezetéktől megszabadított laptoppal, miként a belváros vagy egy bevásárlóközpont WLAN-os módszerrel történő, széles sávú lefedése is már a nyilvános célú felhasználás irányába történő elmozdulást jelzi. Ám ezek határesetek. Legalábbis egyelőre, mert a technológiában soha nem lehet tudni, mit hoz a jövő. Ezért most fordítsuk figyelmünket a jelenre, és nézzük először a WLAN-t!

A vonalak kiterjesztése

Az már megszokott dolog, hogy a vállalatoknál a számítógépeket összekötik, helyi hálózatokat alakítva ki. Ezek a LAN-ok. Az utóbbi időszakban viszont az újabb technológiák alapjai-

ban változtatták meg az üzleti életet. Rohamosan terjednek a webes alkalmazások, egyre növekszik a hálózati forgalom, egyre fontosabb igénnyé válik a mobilitás, és egyre nagyobb számban jelennek meg a mobilkommunikációs eszközök (nemcsak a telefonok!). Mindez megköveteli, hogy a vállalati hálózatokat is hozzáigazítsák az igényekhez. Ennek új eszköze a WLAN (Wireless Local Area Network), ami tehát valójában a hagyományos Ethernet-hálózat vezeték nélküli kiterjesztése, azzal teljesen megegyező funkcionalitással, kényelmes, nagy sebességű és biztonságos adatkapcsolattal. De nemcsak a kiterjesztése, hanem akár az alternatívája is lehet a hagyományos vezetékes LAN-nak.

A téma fontosságára utal az is, hogy a Cisco e-szemináriumot szervezett a vezeték nélküli helyi hálózatokról. Az ott elhangzott piaci előrejelzések szerint 2006-ig Nyugat-Európában a laptopok kétharmada, a PDA-k egyharmada képes lesz majd a WLAN-hoz csatlakozni. 2004 végére az alkalmazások fele vezeték nélküli infrastruktúrán fog működni. A globális vezeték nélküli piaci értékét 2004-re 3,8 milliárd dollárra becsülik.

Bár a mobilitás alapvető, ám nem az egyetlen követelmény a vállalati helyi hálózatokkal szemben. A WLAN-tól ugyanolyan teljesítményt, minőséget, megbízhatóságot és biztonságot várnak el, mint amit a vezetékes hálózaton már megszoktak. A WLAN-nak méretezhetőnek, megfizethetőnek kell lennie, és meg kell felelnie az általánosan elfogadott szabványoknak. Nyugodtan kijelenthetjük: képes is erre.

A WLAN technológiája az IEEE 802.11 szabványra épül. Ez a rádiós adathálózatok alapja, ez biztosítja a különböző márkájú eszközök együttműködését. Az alapszabványnak két változata létezik. A legelterjedtebb a 802.11/b jelű műszaki specifikáció, amely a 2,4 GHz-es, szabadon felhasználható frekvencián 11 Mbps sebességű átvitelt tesz lehetővé. A szabvány „a” jelű változata a 5 GHz-es sávban biztosít vezeték nélküli kapcsolatot, immár 54 Mbps sebességig, de kisebb hatótávolságon.

A rádiófrekvenciás hatósugár függ a belső tér kialakításától, a WLAN-termék belső antennájának karakterisztikájától, a hálózati elem adóteljesítményétől, a felhasználó eszközének érzékenységtől és a jel terjedési útjától. Bár a WLAN-rendszereknél használatos rádiófrekvencia áthatol a falakon és egyéb felületeken, azért az épületekben található tárgyak, a falak, a fémtárgyak, az emberek mozgása hatással van a hálózatra, a jel terjedésére, így a hatósugár és a lefedési terület minden rendszer esetében egyedi. Tipikus hatósugara ellipszoid, és a távolság növekedésével arányosan csökken az átviteli sebesség is. Nyitott térben a WLAN hatótávolsága a korlátozott jelteljesítmény miatt legfeljebb 160 méter lehet. Épületen belül néhányszor 10-től akár több 100 méterig terjedhet a rádióhullám, a beltér kialakításától függően, a hozzáférési sebesség pedig a távolság és a térférő függvényében elméletileg 1, 2, 5,5 vagy maximálisan 11 Mbps lehet.

Kiskertben és nagyvállalatnál

A WLAN-ok újradefiniálják a hálózatokat, mivel az elérés fizikai kapcsolat nélkül is működik. A felhasználók szabadon

mozoghatnak, férhetnek hozzá saját belső hálózataukhoz és/vagy az internethez. Nem szükséges a földbe ásní, a falak mögé rejtieni a vezetékeket, vagy éppenséggel külső kábel-csatornálkkal elcsúfítani a falakat. Éppen ennek köszönhetően a rádiós hálózatok csökkentik a telepítési költségeket, így jelentős megtakarítás érhető el. A WLAN-ok ott is telepíthetők, ahol a vezetékes hálózat kiépítése nem megoldható (például műemlék jellegű épületekben). A hálózat növekedése és újrakonfigurálása egyszerű, az újabb felhasználó felvétele mindössze egy vezeték nélküli LAN-kártya installálását jelentti az új eszközben.



A telephely vagy irodaépület adottságai, illetve a rendelkezésre álló beruházási összegek gátat szabhatnak a vezetékes helyi hálózat kiépítésének vagy bővítésének, különösen régi épületek, bérelt területek vagy ideiglenesen használt irodák esetében. Kétségtelen, hogy hálózattöbbsítés során a WLAN-technológiával a költségek minimalizálhatók. Kritikus fontosságú alkalmazások esetében biztonsági, tartalék hálózatként is működhet.

A WLAN igen széles körű alkalmazási lehetőséget kínál az otthoni használatból a nagyvállalati virtuális hálózatokig. A szabványos eszközök a kereskedelembe beszerezhetők, és egyszerűen telepíthetők. Mivel alapvetően a vonal kiterjesztéseként definiálják, használata feltételez valamilyen kiinduló bázist.

Otthoni igénybevételénél ez lehet egy egyszerű internet-csatlakozás (akár dial-up, ISDN vagy ADSL, sőt kábelmodem). A lakásban elhelyezett adóvevő (access point) sugározza a jeleket (mintegy lefedi az otthoni környezetet, a lakást,

a teraszt, a kertet), így a mobilszközlel, laptoppal bárholonnan csatlakozhatunk a világhálóra.

Kisvállalkozásoknál a WLAN akár alternatívája lehet a vezetékes helyi hálózatnak, mivel könnyen telepíthető, az egész telephely vagy iroda lefedhető, és nagy rugalmasságot nyújt akkor is, ha bővíti a cég.

Közepes méretű vállalatok – azon túl, hogy a munkatársaik élvezhetik a mobilitás előnyeit – előszeretettel alkalmazzák a WLAN-t a tárgyalótermekben, a fogadóterekben is. Így hozzáférést tudnak kínálni olyan felhasználók, partnerek számára, akik csak ideiglenesen tartózkodnak az irodában.

A nagyvállalatok esetében a WLAN a meglévő vezetékes infrastruktúra mellett biztosítja, hogy a felhasználók az épületen belüli helyváltoztatáskor, akár mozgás közben is bárhol hozzáférjenek a belső rendszerhez, a fontos információkhoz, a világháléhoz.

Eddig olyan esetekről volt szó, amikor a vállalat vagy felhasználó kifejezetten a saját céljaira használja a vezeték nélküli hálózatot. A WLAN technológiája azonban speciális szolgáltatásokat is lehetővé tesz. Elsősorban távközlési szolgáltatások ismerték fel az ebben rejlő lehetőséget. Forgalmas közterületeket (repülőtéri várókat, szállodákat, bevásárlóközpontokat, éttermeket) sugároznak be saját eszközeikkel, ám egyáltalán nem saját célú használatra. Főleg internet-hozzáférést kínálnak ilyen módon, így az ellátott területen az utazó, várakozó vagy éppenséggel unatkozó üzletemberek ölebe tett géppel, egy padon ülve kapcsolódhatnak (kellő azonosítás után) a világhálóra.

A WLAN technológia segítségével nyilvános rendezvényeken, kiállításokon, vásárokon, konferenciákon rugalmasan kialakítható ideiglenes hálózat vagy vezeték nélküli internet-elérést biztosító úgynevezett Hot Spot. A résztvevők így a létesítményben egyszerűen letölthetik e-mailjeiket, kapcsolatban maradhatnak a céges hálózattal, sőt akár prezentáció közben is élő kapcsolatot teremthetnek.

A felsőoktatási intézmények a WLAN alkalmazásával, a közeli helyiségek (előadótermek, folyosók, aulaák stb.) rádiós le-

fedésével jelentősen ki tudják terjeszteni a hálózati hozzáférést lehetőségét. A hallgatók számára egyszerűbbé válik a vizsgára való jelentkezés vagy a tantárgyak felvétele.

Típusos topológiák

A vezeték nélküli hálózatok három fő elemből épülnek fel. Az úgynevezett kliensadapterek lehetnek notebookba illeszthető PCMCIA-, asztali számítógépekbe és szerverekbe helyezhető PCI-buszos vagy más eszközökbe (például vonalközlővasókba, IP-telefonokba) épített kártyák, illetve külső adapterek. Ezek integrált vagy külső antennával csatlakoznak a rendszerhez. Precízen fogalmazva az úgynevezett access ponthoz, ami ugyan hozzáférési pontot jelent, de szemléletesebbnek tűnik a rádiózásban honos adóvevő vagy a mobiltelefonból ismert bázisállomás kifejezés.

Az access point fogja össze az általa lefedett vezeték nélküli kliensek forgalmát, illetve közvetíti azokat a WLAN és a vezetékes helyi hálózat között.

A rendszer harmadik eleme lehet a bridge, amely szintén adóvevőként funkcionál, de nem a felhasználókat szolgálja, hanem közvetlen, irányított rádióhullámmal egy másik bridge-hez kapcsolódik, így lehetővé téve az épületek közötti kapcsolatot, esetleg két kisebb hálózat összekötését. Amíg a helyi hálózatban belül a rádiós eszközök hatótávolsága néhányszor tíz vagy száz méter, addig a bridge-ekkel, irányított antennákkal akár egymástól több kilométerre lévő épületek is összeköthetők. Ez rendszerint sokkal egyszerűbb (sőt olykor nincs is más megoldás), és gyakran olcsóbb is, mint a réz- vagy optikai kábelek lefektetése, kihúzása. Ha pedig ugyanezt valamelyik távközlési szolgáltatótól bérlő felhasználó, akkor azért állandó havidíjat fizet, míg a vezeték nélküli eszközöket csak egyszer kell megvásárolni.

A tapasztalatok tehát azt mutatják, hogy a WLAN megállíthatatlanul terjed, szívesebben úgy fogalmazhatnánk: mint a rádióhullámok. }

Minilexikon

DSSS: Direct Sequence Spread Spectrum.

IEEE: Institute of Electrical and Electronic Engineers.

IEEE 802.11 szabvány: műszaki specifikáció, amely a különböző frekvenciájú és sebességű, DSSS-technológiát használó WLAN-hálózatokat írja le.

IEEE 802.11a: 5 GHz, 54 Mbps sebesség.

IEEE 802.11b: 2,4 GHz, 11 Mbps sebesség.

IEEE 802.11g: 2,4 GHz, 54 Mbps sebesség (kidolgozás alatt).

WECA (Wireless Ethernet

Compatibility Alliance): nonprofit szervezet, amely alakulásakor (1999. augusztus 23., Santa Clara) azt tűzte ki célul, hogy ellenőrizi és Wi-Fi címkével minősíti az IEEE 802.11b High Rate szab-

ványnak megfelelő WLAN-termékeket, az eszközök garantált együttműködésének biztosítására.

Wi-Fi (Wireless Fidelity): a WECA védjegye az általa minősített WLAN-termékekre.

WLAN (Wireless Local Area Network): szabványosított, vezeték nélküli helyi hálózat, a hagyományos Ethernetnek megfelelő paraméterekkel és azzal megegyező funkcionalitással.

Égi jelek

Matáv Sky DSL

Érdekes kombinációt kínál a Matáv az internetezőknek, közülük is azoknak, akik szeretnék a hagyományos telefonos kapcsolatnál gyorsabban száguldanı a hálón, ám valamilyen oknál fogva az ismert széles sávú megoldásokat nem tudják igénybe venni. A Sky DSL szolgáltatás a földi telefon és a mőholdas kapcsolat párosításával biztosít széles sávú, akár 768 kbps sebességő kapcsolatot a világgal.

{ Az ADSL-kapcsolódás mőszaki követelményei miatt az akárhol nem vehető igénybe. A Matáv az ilyen területen élőknek sem akarja megfosztani a sebesség élvezetétől, ezért az ő igényeik kielégítéséhez az „égieket” hívta segítségül.

A Sky DSL hibrid megoldás, hiszen az igények jelzésére szolgáló (tehát csekély adatforgalmú) feltöltési irányt a hagyományos telefon biztosítja, míg a kért információ tömeg letöltésére mőholdas kapcsolatot használ.

Ezúttal valóban találó a villámgyors jelzővel illetni a megoldást, sőt kétszeresen is, hiszen „fentről”, az égből érkezik a jel, amelynek sebessége elérheti a 768 kbps-t. Ez már alkalmas zenei, video-, illetve grafikus fájlok gyors letöltésére, sőt akár egész filmek lejátszására. A mőholdas kapcsolatnak köszönhetően pedig akár 300 digitális tévé- és rádióprogram jeleníthető meg kiváló minőségben. Fontos azonban megjegyezni, hogy a Sky DSL csupán egy számítógép számára tudja optimálisan biztosítani a letöltési sebességet.

A mőholdról érkező hullámok nem ismernek határokat és természeti akadályokat, ezért e megoldás egyik legfontosabb, leghasznosabb tulajdonsága, hogy bárhol elérhető, és teljes mértékben független a földi széles sávú technológiáktól (ADSL-től, kábelvételtől).

Az égi kapcsolatot az analóg vagy ISDN- (esetleg mobil-) telefonvonal (vagyis a minimum 9600 bps sebességő földi internetelés), az előfizetés, valamint a megfelelő paraméterek

kel bíró számítógép mellett további eszközöket igényel. Ilyen a minimum 75 centiméter átmérőjő parabolaantenna, a DVB PC-kártya, amely a számítógépre érkező mőholdas adatfolyamot az internet által használható jelekké alakítja át, valamint a kettős fejlel rendelkező, adatforgalom és televízió-adás vételére egyaránt alkalmas, a parabolaantennához tartozó elektronikus vevőberendezés (LNB). Ezeket a felhasználónak kell beszereznie, de az eszközök kiválasztásához a távközlési szolgáltató szakemberei segítséget nyújtanak.

A Matáv Sky DSL szolgáltatása valójában a felhasználó már meglévő internetelésére épül (annak letöltési sebességét sokszorozza meg), így a mőholdas szolgáltatás díja mellett internetszolgáltatójának továbbra is fizetnie kell az internetes alapkapcsolat díját. Lényeges különbség az ADSL-hez képest, hogy a mőholdas megoldás nem biztosít korlátlan elérést, sokkal inkább a betárcsázós internetezésnek felel meg, ezért a tényleges használatnak megfelelő telefondíjat (percdíjat) is meg kell fizetni. Részben ennek feloldására a Matáv október 1-jétől új utább Sky DSL szolgáltatással jelenik meg a piacon. Ezzel egyrészt az alacsonyabb forgalmú, másrészt az internetszolgáltatási díjakat előre megtervezni kívánó, harmadrészt pedig a mobiltelefonos ügyfelek igényeit kívánja kielégíteni.

A szolgáltatáscsalád havidíjai a választott csomagtól függően 9200 forinttól 19 900 forintig terjednek. További információk október 1-jétől a www.matav.hu címen találhatók. }

A Matáv 2003. I. félévi eredményei

A cég bevétel 2002 I. félévéhez viszonyítva 3,3%-kal, 296,9 milliárd forintra nőtték. Az EBITDA 6,1%-kal, 129,1 milliárd forintra emelkedett, aminek eredményeként az EBITDA-ráta figyelemre méltó módon 43,5%-ot ért el. A csoportszintő üzleti eredmény 67,3 milliárd forintra nőtt (5,6%-os emelkedés), viszont a nettó eredmény 33,3 milliárd forintra csökkent.

A Matáv I. félévi eredményeit Straub Elek elnök-vezérigazgató a következőképpen értékelte: „Az év első felében minden szegmens kiegyensúlyozott teljesítményt nyújtott, így csoportszinten jó eredményeket értünk el. Örömmel számolok be arról, hogy a vezetékes-szegmens sikeres tarifacsomagjainak köszönhetően lelassult a vonalszám folyamatos csökkenése. A szabályozó

elfogadta a hosszú távú, előre-mutató különbözeti költségek módszeren alapuló, előfizetői hurok átengedésre vonatkozó és hálózati-összekapcsolási referenciaajánlatunkat, ami újabb lépést jelent az Európai Unió normáihoz való közelítés terén. Meggyőződésünk, hogy a Matáv a nyugat-európai szabályozói környezetben is képes lesz megőrizni eredményességét és értéketermelő képessé-

gét. A mobilszegmensben, miután 2003 I. negyedévében a Westel piaci részesedése átmenetileg csökkent, a cég a II. negyedévében sikeresen megvédte pozícióját a szerződéses és kártyás területen bevezetett új kezdeményezéseknek köszönhetően. Ezek eredményeként negyedéves szinten csökkent a lemorzsolódás. Összességében az eredmények jól tükrözik a 2003 első felében elért előrehaladást, és biztonyítják, hogy sikeresen végre tudjuk hajtatni a mobilra, adatátvitelre és internetre koncentráló növekedési stratégiánkat.”

Egyre (inter)aktívabb piac

A piacvezető az interaktív telefonos megoldásokról

Az internetes tartalom értékéről és az érte való fizetés hajlandóságáról sok vita folyik, és a példák többsége alapján úgy tűnik, hogy az interneten nem szívesen fizetünk a tartalomért. Ugyanakkor a valóságshow-k, kvízműsorok, tévévetélkedők, kupacsorsjátékok azt mutatják, hogy a mobiltelefont kézbe véve könnyedén rászánunk egy emelt díjas SMS-t a véleménynyilvánításra, a szavazásra, a nyerési esélyek megteremtésére, sőt nem egyszer bizonyos információk, tartalmak megszerzésére is. Egyes tartalomszolgáltatók éppen ezt ismerik fel, amikor az internetszolgáltatásba is bekapcsolják az emelt díjas SMS-t mint fizetési módot, és ezzel új távlatok nyílnak meg a média különböző területeinek (telefon, tévé, internet) összekapcsolódása, az úgynevezett cross-média alapú promóciók, játékok, tartalomszolgáltatások előtt. Vámos-Hegyí Attilával, a Westel Mobil Távközlési Rt. Interaktív Telefonos Üzletága, a TeleWestel vezetőjével egybeek mellett arról beszélgettünk, hogy miképp alakult ki ez az üzletág, milyen üzleti alkalmazási lehetőségeket rejt, és hová fejlődhet tovább.

VJA



{ – Kevesen gondolnák, hogy ez az üzletág jóval megelőzte az SMS- és a WAP-korszakot, már a 0600-as időkben is létezett...

– Valóban, 1996-ban alakultunk, és akkoriban nemcsak a mainál jóval kevesebb technikai lehetőség jelentett hendikepet, hanem az audiotext típusú szolgáltatók meglehetősen negatív imázsa is. Mi akkoriban főleg az izraeli Telemesser cégtől próbáltuk ellenszerezni azokat az új lehetőségeket, amelyek a mobiltelefoniaiban rejlének, és ebből építkezve igyekeztünk a telefonos promóciók specialistájává válni.

– A promócióktól sokaknak lúdbőrözik a háta... Annyi reklám érkezik minden irányból, még a telefonnak is a marketingképzéseket kell szolgáltatnia?

– A telefon teremtette meg (még az internet előtt, ma pedig annál jóval nagyobb tömegek számára) a célközönség bekapcsolásának lehetőségét a promócióba, vagyis az interaktív reklámozást. De a reklámon túl, a különféle nyereményjátékok mellett nagyon komoly információs rendszereket is kiépítettünk: egykoron még a Matáv információs rendszerét is mi üzemeltettük, de emléithetném az APEH személyi jövedelemadóval kapcsolatos virtuális call centert, a Magyar Turizmus Rt. által Magyarországról szolgáltató többnyelvű hangadatbázist, a Tavaszi Fesztivál információs rendszerét vagy a legutóbbi időből az EU-vonalat. Mi egyébként nem magát a tartalmat, hanem annak műszaki hátterét biztosítjuk, olyan automatizáltság és tömegesség mellett, amit más eszközzel nemigen lehetne elérni. Öránként több százazres nagyságrendben tudunk SMS-t fogadni, a telefonhívásokra pedig egyidejűleg 640 vonal áll rendelkezésre. Ma már ugyanazon a hívószámon telefonhívást és SMS-t is tudunk fogadni, a rendszer közös adatbázisra épül. A felsorolt – példaképp említett – információs szolgáltatások többnyire zöld-, kék- vagy 30-as számon érhetők el, és többségük akkor indult, amikor az emelt díjas SMS-re még lehetőség sem volt.

– Ehhez valamilyen új technikára volt szükség?

– Nem technikára, hanem megegyezésre a mobilszolgáltatók között. Előbb a Pannon GSM-mel, majd a Vodafone-nal sikerült megállapodnunk a hívószámok átjárhatóságáról. Ennek érdekében az emelt díjas számtartományokat bevitük a „közösbe”, vagyis nem fordulhat elő, hogy ugyanazon az emelt díjas SMS-számon más-más szolgáltatás működjön az egyes mobilhálózatokban. Mindemellett a három mobilszolgáltató ma is „megnehezíti” azok életét, akik valamilyen alkalmazást, szolgáltatást szeretnének erre a rendszerre építeni, hiszen mindegyik operátorral szerződnie kell.

Sőt a szerződés sem elég: mindegyikükhöz internetes vagy bérelt vonalas fizikai bekötés is kell, mert csak így biztosítható, hogy az adott szolgáltatást bárki bármilyen típusú mobilról igénybe vehesse. A TeleWestel ebben a témában már nem a Westel leányvállalatoként, hanem mindhárom mobilszolgáltató – ha úgy tetszik, független – partnereként vállalt egyfajta tartalom-, illetve alkalmassággregátóri szerepkört. Megkötötte a szerződéseket a mobilszolgáltatókkal, kiépítette a bekötéseket, és vállalja a tartalom közvetítését az alkalmazásszolgáltatóktól. A bevételt pedig megosztja az alkalmazás, illetve tartalom szolgáltatójával. Két üzleti modell alakult ki ezen a téren: az egyik, amikor az alkalmazásszolgáltató csatlakozik hozzánk, és a saját szerveréről szolgáltat, a másik pedig, amikor valaki csak a tartalmat hozza, és ahhoz mi fejlesztünk alkalmazást. Természetesen a bevétel megosztás is ennek megfelelően alakul: a második eset-

ben több a költségünk, és több bevétel marad nálunk. Nagyon sok alkalmazási lehetőséget tudnék említeni. Például egy újságnak adott interjúban hadd hívjam fel a figyelmet arra, hogy telefonon vagy SMS-ben is elő lehet fizetni a lapokra, nem kell feltétlenül kuponokat kitölteni, sorban állni a postán, stb. A rendezvényekre, konferenciákra történő regisztrációnak is egyszerű módja lenne az emelt díjas SMS, szakértői vonalakat lehetne így működtetni, piac- és közvélemény-kutatást végezni, hogy a különféle reklámtevékenységekről (a lüdbőr miatt) ne is beszéljek.

– Mekkora ma az emelt díjas SMS piaca?

– Havi szinten több százmillió, stabil, és erőteljesen növekszik, jócskán lekörözte már a korábbi audiotext-piacot. Sokat lendítettek a forgalmon a valóságshow-k. Ezek megszűnésekor valamelyest visszaesett ugyan a forgalom, de nem az azt megelőző szintre, vagyis sikerrel vezették be az

Internetre invitáló Invitel

Nevet változtatott a Vivendi Telecom Hungary Rt., Magyarország második vezetőkes távközlési cége. A vállalatot szeptembertől Invitel Távközlési Szolgáltató Rt.-nek hívják, de a névcsere nem érinti a cég portfólióját: az Invitel a Vivendi örökebe lép mind a vezetékes, mind az üzleti, mind az internetes piacon.

2003 májusában új tulajdonosa lett a cégcsoportnak: a GMT Communications Partners, valamint az AIG Emerging Europe Infrastructure Fund 50–50%-os arányban megvásárolta a Vivendi Telecom Hungary Rt.-t.

A névváltozás a cég új tulajdonosainak köszönhető: választásuk az Invitelre esett. Ez érinti az eddig használt almarkákat is, így eltűnik a V-fon, V-net, V-com név is. A jövőben a cég egységesen Invitelként nyújtja telekommunikációs szolgáltatásait.

Az új elnevezés mutatja a múltat, a jelent és a jövőt: a V betű (amely a cég korábbi elnevezésében és logójában is szerepelt) az új logóban ugyancsak megjelenik, és hangsúlyozza a korábbi pozitív eredmények továbbélését. Az „Invitel” kifejezés erősen egybecseng az „invitál”-l, ami nyitott és barátságos viszonyt fejez ki a jelenlegi és a leendő ügyfelekkel.

Az Invitel a hang- és az adatátvitel területén a jövőben is a lehető legjobb minőségű szolgáltatások nyújtására törekszik. Folyamatosan ügyfelei igényeire illeszti szolgáltatás-palettáját, figyelembe véve a technológia fejlődésével együtt járó új lehetőségeket. Az Invitel jelenleg az ország csaknem teljes területén kínálja internetszolgáltatásait, előfizetőinek száma eléri a negyvenezretet. A kezdő



felhasználóktól a „függőkgig” mindenki megtalálhatja a cég termékpalettáján a neki megfelelő, testre szabott csomagot.

Az Invitel két internetes termékcsaláddal rendelkezik: az ADSL-hozzáférésre, illetve a modemless elérésre épülő megoldásokkal. Az ADSL-en alapuló termékcsalád elnöye a széles sávú, gyors és állandó

internetkapcsolat mellett az, hogy a költség előre tervezhető,

hogy a telefonhasználatot semmiben nem korlátozza az ugyanazon a vonalon zajló internetforgalom, és hogy nem kell modemet vásárolni vagy bérelni.

A modemless hozzáférésre épülő lakossági termékek árai a közelmúltban 25 százalékkal csökkentek (az állami támogatás által lehetővé vált internetes tarifakedvezményrel), és ezen belül az Invitel kínálja a legjobb árakat. A hét közben 16 és 24 óra között, valamint hétvégen internetezőknek kedvező, speciális éjszakai díjszabást, továbbá nagyon kedvezményes világháló-használatot



új lehetőséget. Ma már szinte mindenki természetesnek veszi, ha egy grafikáért vagy egy csengőhangért el kell küldenie egy emelt díjas SMS-t, de elindultak más fizetős tartalmak is: WAP-hírek, internetes szolgáltatások, Java-játékok. A mobilinternetes tartalmak kiszélesítették a partnerkört is, hiszen ezeket többnyire külsősök adják: tartalomszolgáltatók, médiapartnerek. A Westel a 777mobillal éppen ebben az irányban nyitott ez év februárjában. Rengeteg külső tartalom került be a szolgáltatások közé, például már induláskor több mint 100-féle Java-játék közül lehetett választani. Sokan szkeptikusak voltak a WAP-pal kapcsolatban – nos, ma már csak a Westelnél százezer nagyságrendű a mobiltelefonon böngészők



száma, millió a napi oldalatlöltés. Ezen a területen több tucat nagy cég vált partnerünké, köztük neves külföldi vállalatok is. A WAP-oldalakkal éppúgy van mód a tartalom hostolására, mint a linkelésre, és természetesen itt is a bevételmegosztás a szolgáltatásért történő fizetés bevált formája.

– Mi lesz a következő lépés?

– Nagyon nehéz megjósolni, de azt hiszem, az, ha az efféle tartalomszolgáltatások terén is átláthatóságot teremtünk a szolgáltatók között. Vagyis mondjuk a 777mobil nemcsak a westeleseké lesz, hanem minden mobiltelefonnal rendelkező elérhet rajta fizetős tartalmat, természetesen úgy, hogy közben a hasonló Vodafone- vagy Pannon-szolgáltatások, -adatbázisok is nyitottá váljanak.

biztosít a csomagban foglalt órászámon felül. Az internetezésről és a telefonhasználatról pedig közös számla érkezik.

Az őszi beköszöntével az Invitel is új akciókkal segíti a tanévkezdést. A diákoknak 10% kedvezményt nyújt 15 és 40 órás Comfort csomagjainak havidíjából. Ezenkívül az, aki most szerződik, az őszi iskolakezdési ADSL-akció keretében belépési díj nélkül, akár nettó 7920 forint havidíjért internetezhet. Ezenfelül az Invitel most minden ADSL-internetelőfizetés mellé kedvezményes árú HP-számítógépeket és monitorokat ajánl.

Minderről bővebb információt az 1288-as díjmentes értekezési vonalon lehet kérni, de ha már az internetről esik szó, a telefon mellett hadd ajánljuk információforrásnak a www.invitel.hu webcímet is. Természetesen az Invitel ügyfélszolgálati irodái és értekezési pontjai is megtalálhatók minden nagyobb kereskedelmi központban, az ország teljes területén. Ha pedig valaki úgy döntött, hogy megrendeli, és igénybe veszi az Invitel által biztosított magas színvonalú internetszolgáltatást és hozzáférési csomagot, akkor az éjjel-nappal hívható technikai helpdesk biztosítja számára az esetleges problémák azonnali kijavításának lehetőségét.

(X)

Céginformációk

Az Invitel Távközlési Szolgáltató Rt. Magyarország második legnagyobb vezetékes távközlési szolgáltatója, 2002. évi bevétele elérte a 176 millió eurót. Kilenc helyi koncessziós területen piacvezető, ahol 430 000 lakossági és üzleti telefonvonalat működtet. Ez 12%-os piaci részesedést jelent. Az Invitel 20 000 üzleti ügyfelnek, továbbá 40 000 internet-előfizetőnek is nyújt szolgáltatásokat koncessziós területein, illetve az ország egyéb részein – országos gerinchálózatának, illetve a 16 legnagyobb magyar városban (köztük Budapestben) való jelenlétének köszönhetően. Az Invitel tulajdonosa a GMT Communications Partners és az AIG Emerging Europe Infrastructure Fund.

A GMT Communications Partners Európa vezető magántőke-specialistája a hírközlési ágazatban. A GMT partnerei Európa első hírközlési alapja, a Baring Communications Equity Limited 1992-es megalapítása óta működnek együtt. Azóta három alapot hoztak létre, amely 13 országban 20-nál több befektetést eszközölt. Ezek között szerepel többek között az Internet Network Services (UK), a Media Publications (Franciaország), a Mobifon (Románia), az EUSA (Spanyolország), a Quote (Hollandia), az Orion Publishing (UK), a PEPcom (Németország) és a Nexus (UK). A GMT 2000 végén zárta le legutóbbi, 365 millió eurós összeget kezelő alapját. A felhalmozott összegek befektetése jelen pillanatban is folyik. Bővebb információ a www.gmtpartners.com weboldalon található.

Az AIG Global Investment (CEE) Ltd., amely az ügyletben az AIG Emerging Europe Infrastructure Fund tanácsadójaként működött közre, az AIG Global Investment Group Inc. magántőke-befektetői csoport tagja. Közel 5 milliárd dollár értékű – infrastrukturális, fejlődő piaci területekkel foglalkozó alapokban kezelt – eszközállomány felett rendelkezik. Az AIG Global Investment Group Inc. (AIG GIG) az American International Group Inc. (AIG) kizárólagos tulajdonú leányvállalata. A cég holdingként működik, leányvállalatai eszközmenedzsment-szolgáltatásokat nyújtanak. Egy 2002. december 3-án végzett felmérés szerint az AIG GIG cégeinek összesített eszközállomány-értéke 313,2 milliárd dollár volt. Bővebb információ a www.aiggg.com weboldalon érhető el.

Amennyiben többlet szeretne megtudni az Invitel cégről vagy annak szolgáltatásairól, kérjük, látogasson el a www.invitel.hu weboldalra!



Új korszak az online hirdetési piacon?

Bravúros újdonsággal állt elő a Google ezen a nyáron, ami, úgy tűnik, alapjaiban változtatja meg az online hirdetéseket és a bevételmegosztáson alapuló együttműködések (affiliate programok) piacát. A Google AdSense elnevezésű, pay-per-click alapú reklámjainak beillesztéséből az első hónap tapasztalatai alapján kitűnően profitálnak a gazdag tartalmú és nagyszámú oldalletöltést generáló webside-ok tulajdonosai.

WESSELÉNYI ANDREA

{ Akár a mesében: amikor már-már leírtuk a pay-per-click modellt, váratlanul felbukkan egy zseniális technológiával működő új hirdetési rendszer, amely ráadásul minden eddigi, átkattintás alapú hirdetési hálózathoz jobban fizet partnereinek. A keresgető kereseti lehetőségnek köszönhetően máris a dot-com válság előtti időkre emlékeztető aranylázhangulat uralkodik a témával foglalkozó fórumokon.

S nem véletlenül. A Google AdSense tartalomszolgáltatók tízezrei számára jelent túlélési és továbblépési lehetőséget (igaz, ez egyelőre csupán az angol nyelvű tartalomszolgáltatókra vonatkozik). Nem kell többé hirdetéseket vadászni, sem pedig partnerprogramok ezrei között válogatva az egyes oldalakhoz passzoló terméket kínáló reklámok beépítésével fáradozni. A tartalomszolgáltató a hirdetési felületek eladását célzó, fárasztó és sokszor sikertelen tevékenység helyett végre azzal foglalkozhat, ami a dolga: a látogatók számára érdekes és vonzó tartalom készítésével. A hirdetések targetálását pedig rábízta a Google technológiájára.

Kontextusba ágyazott hirdetés

Az új technológia meghatározása: kontextusba ágyazott hirdetés. A weboldal szerkesztőjének nincs más dolga, mint hogy beilleszesse honlapjába a Google által megadott néhány soros HTML-kódot, amely képes arra, hogy egy pillanat töredéke alatt elemezze a tartalmat, és ahhoz célzott hirdetéseket jelenítsen meg az adott formátumú hirdetési panelen. A Google egyelőre két méretet határozott meg: a 468x600 pixeles, vízszintes, hagyományos változatot kettő, a 120x600 pixeles, függőlegesen beilleszthető, ún. skyscraper panelen pedig négy hirdetés jelenik meg szöveges formában.

A hirdetések formája mindenki számára ismerős lehet, aki megfordult már a Google oldalain. A kereséskor kilistázott találatok mellett kis, vékony keretes dobozokban megjelenő linkajánlatok valójában a Google AdWordsben feladott fizetett

hirdetések. A Google rendszerét használó mintegy 100 ezer (!) ügyfél a hirdetésekre történő kattintások után fizet, kulcsszavanként más-más, a kereslet-kínálati viszonyoknak megfelelő összeget. Egy CT ára 5 centnél kezdődik, és keresettebb kulcsszavak (pl. webhosting, viagra, dating) esetén akár több dollárt is elérhet. A Google ezeket a hirdetéseket helyezi ki, szakkifejezéssel „szindikálja” partneroldalaira, a bevételt pedig megosztja a reklámokat megjelenítő weblapok tulajdonosaival.

Hirdetések kihelyezése

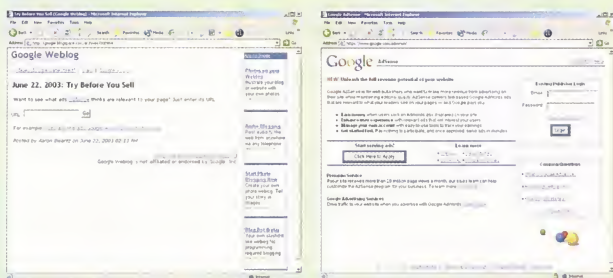
Az eredetileg csak a Google felületén megjelenő AdWords-hirdetések szindikálása 2003 márciusában kezdődött meg, de akkor még csak a milliós nagyságrendű oldalletöltést produkáló site-ok (pl. Amazon.com) lehettek partnerek. Június 18-án jelent meg a hír, hogy mostantól bárki csatlakozhat a hirdetési hálózathoz, aki angol nyelvű weblappal rendelkezik, és az nem sérti az AdSense alapelveit (a pornográf, erőszakos, jogsértő stb. oldalak részvételét a hirdetők érdekében a Google kizárja). Gyakorlatilag minden tartalomszolgáltató tagja lehet a rendszernek, aki a látogatók számára értékes tartalmat kínál. A felvétel nem automatikus, az e-mailben jelentkező weboldalszerkesztőket egyenként értesítik, ha elfogadták a jelentkezésüket. Aki több honlappal rendelkezik, az a kódot az első bejelentett lap partnerként való felvétele után többi weboldalán is elhelyezheti. A Google folyamatosan nyomon követi és ellenőrzi a hirdetéseket szindikáló partneroldalakat, s a szabályok ellen vétőket kizárja. Az első havi tapasztalatok azt mutatják, hogy a ma már több mint 1000 alkalmazottat foglalkoztató Google sikeresen kézben tartja a rendszert, és a dolog remekül működik.

Bevételmegosztás

A Google AdSense lényegében egy bevételmegosztáson alapuló, világméretű hirdetési hálózat, amelyből mindkét fél pro-

fitál. A Google a tartalomszolgáltató partnerek számára a növelésével folyamatosan megőrzhető az a hirdetési felület, ahol megjelennek a célközönségre szabott AdWords-blokkok, a website-tulajdonosok pedig jogosan kapják meg részesedésüket a hirdetési bevételekből. A Google nem árulja el, hogy milyen arányban osztja meg hirdetési bevételeit partnereivel, a site-tulajdonosok mégis elégedettek, hiszen a statisztikák remek eredményeket mutatnak.

Egy-egy kattintás jutaléka néhány centtől akár fél dollárig, sőt magasabbra is felmehet, ha nagyon keresett, azaz drágán vett keresőszóval van szó. Az elérhető CPM (a fogalom eredetileg az ezer kattintásra eső költséget jelenti, de az affiliate marketingben a bevétel oldalán is használatos) a manapság igen magasnak mondható 1 dollár körüli összegtől akár 50 dollár fölé is felmehet. Egy havi 100 ezer oldalátöltést generáló website esetében ez akár négy számjegyű csekket is jelenthet havonta.



Veszélyek és kihívások

A nagyszerű kereseti lehetőség azonban a programra nézve veszélyeket is rejt magában. Az impozáns eredményeiket büszkén hangoztató webmestereket látva sokan lázas munkába kezdtek, és már készülnek a Google hirdetési paneleinek megjelenítésére és az AdSense hirdetési bevételeire kihegyezett „pénzcsináló” weblapok. Nagy kihívás a Google számára, hogy miként lesz képes hirdetői érdekében kontrollálni a gigantikus méretűre növekvő hirdetési hálózatot, és levagdosni annak vadhajtsait.

A kontextusba ágyazott hirdetések technológiája fenyegetően tornyosul az online hirdetési hálózatok és affiliate mar-

ketingprogramok piacának többi résztvevője fölé, hiszen az AdSense a webszerkesztők számára minden eddigigén egyszerűbb megoldást kínál hirdetési felületeik hatékony kihasználására. Az újdonság megjelenését követően Larry Page, a Google alapítója a CNBC televíziósnak adott interjúja zárszavában a Google technológiai fejlesztéseit firtató kérdésre válaszolva sokat sejtetően a mesterséges intelligencia kifejezést említette.

Köztudott, hogy a Google-t szerény, letisztult megjelenése mellett egyedülállóan intelligens algoritmusai tette nagygyá, mára szinte egyeduralkodóvá a webkeresők piacán. Most pedig az AdSense-be beépített technológia segítségével ráteszi a kezét az online hirdetési piacra, és a csatlakozó tartalomszolgáltatók hadával közösen napról napra nagyobb szeletet hasít ki az online reklámtortából. A folyamatnak kétségtelenül lesznek nyertesei és vesztesei, a trendek ismeretében lehet okosan helyezkedni.

(A cikk megtalálható a szerző weblapjain, a www.wesselenyi.com, illetve a www.partnerprogramok.hu.cim/en)

}

Kapcsolódó linkek

A Google AdSense címe: www.google.com/adsense.

Egy link azoknak, akik szeretnék megtudni, hogy mi-

lyen hirdetéseket rendelne weblapjukhoz a Google AdSense: google.blogspot.com/archives/000984.

(Ez utóbbihoz egy megjegyzés: a hazai oldalak esetében a Google ma még inkább csak geotargetálást végez, azaz magyar nyelvű tartalomhoz magyar nyelvű hirdetéseket társít. Ennek oka, hogy még nincs túl sok hazai hirdető az AdWords

rendszerben, ezért nem biztos, hogy talál a kontextusba illő reklámt – szemben az angol tartalommal, ahol óriási a mérítési lehetőség. Magyar nyelvű weblappal egyelőre nem lehet jelentkezni az AdSense programba.)

Az e-mail marketing ábécéje

A marketing alapvetően két dologból áll: ügyfélmegszerzési és -megtartási akciókból. Az internet mind a két feladatra tökéletes eszköz. Gondoljunk csak az ügyfélkapcsolatokra, amelyek az internet segítségével nemcsak hatékonyak, hanem költséghatékonyak is – természetesen csak akkor, ha jól végezzük a munkánkat. A tökéletes eszköz – azért ne felejtünk el – rizikóval is jár, hisz rendkívül gyorsan le is rombolhatjuk az ügyféllel való kapcsolatunkat és a vállalati imázsunkat. Például a kéretlen levélreklám kiküldését nemcsak a törvény tiltja, és a Hírközlési Felügyelet bírságolja, hanem az internetes szolgáltatók is gondoskodnak majd arról, hogy soha többé ne jusson eszünkbe ilyen fajta akció kivitelezése.

{ Nézzük ezt egy másik aspektusból is. Tegyük fel, Ön ab-ból indul ki, hogy termékének célközönsége szívesen fogadna e-mail promóciós anyagokat, és ezért kérdés nélkül elküldi neki. Most tegyük fel, hogy a versenytársa különböző online marketingakciókkal megkérdezte ugyanazt a célcsoportot, hogy elfogadna-e promóciós anyagokat tőlük, amire ők igennel válaszoltak. Mit gondol, kinek az e-mail üzeneteit fogja kinyitni először a célcsoport? És mit gondol, kinek az üzeneteit fogja törölni olvasás nélkül? Ügynökségi munkám során megtanultam egy nagyon fontos leckét, amely így szól: „Az igazi kihívás: megtalálni a fogyasztót, ahogy és ahol ő szeretné!”

Néhány alapfogalom

Szabad definícióm valahogy így szólna: „Az e-mail marketing a hagyományos direkt marketing és a telemarketing ötvözte. Költséghatékonyasága és interaktív jellege miatt az egyik leghatékonyabb médium. A legjobb célzási és utóértékelési lehetőségekkel bír.” Az e-mail marketing nem más, mint az előre előkészített levélformátum (direkt reklám, hírlevél, közlemény stb.) elküldése a saját vagy a bérelt (úgynevezett opt-in) listára.

Az e-mail marketing használata széles körű. Például:

- márkaismertség építése, növelése;
- viral marketing („küldd tovább ismerőseidnek” taktikák);
- értékesítés (vagy értékesítésosztóztés);
- e-CRM része;
- lojalitásépítés és -erősítés;
- online kutatás;
- website látogatottságának növelése;
- előfizetés, annak megújítása (hagyományos vagy online média);
- oktatás és informálás;
- reklám, PR- és HR-kampányok;
- B2B- és B2C-kommunikáció.

Ha az e-mail marketing kommunikációs típusairól beszélünk, alapvetően három dologról van szó:

1. E-mail reklám, szponzorálás. Leginkább az online média által üzemeltetett e-mail hírlevelek szponzorálása vagy direkt e-mail küldése ugyanarra a listára. Az ügyfélnek (hirdetőnek) nem kell mást tennie, mint a megfelelő online médiumot kiválasztani, és az általa üzemeltetett e-mail hírlevélben reklámmot elhelyezni.
2. „Házon belüli” e-mail marketing. A cég rendelkezik megfelelő emberi és technikai erőforrásokkal, s a különböző saját e-mail listákra célzott üzenetet küld. Ez lehet:
 - a.) saját weboldal hírlevele,
 - b.) direkt e-mail reklám a saját listákra,
 - c.) sajtóközlemény az online és az offline média részére, valamint más PR-feladatok,
 - d.) HR-kommunikáció házon belül,
 - e.) egyéb.
3. E-mail marketing outsourcingja. Speciális formaoptimalizáló cégek, illetve tanácsadók és e-mail listatulajdonosok számára. Ezek a szereplők felkészültek az e-mail marketing bármely feladatának elvégzésére az ügyfél megbízásából.

Nézzük meg, hogy mi nem az e-mail marketing!

- Nem könnyű kereseti lehetőség! Sajnos egy szoftver kifejlesztése vagy birtoklása (mivel pár tízezer forintért már beszerezhető) önmagában még nem „aranybánya”. Hasonlóan, ha elindítottunk egy hírlevelet, nem várható el, hogy a következő héten már dölni fog a pénz.
- Nem egyszerűen kezelhető eszköz. Sok a technikai és a működéssel kapcsolatos részlet, amelyet ha nem ismerünk, gondokat okozhat. Vannak cégek, ahol informatikai részleg foglalkozik a témával, amely féltve őrzi a tudását. A marketingesek feladata már csak az, hogy megalkossák az üzenetet, és itt vége is a marketingnek.
- Nem l’art pour l’art szükséglet. Ismerek olyan vállalkozásokat, ahol azért üzemeltetik az e-mail hírlevelet, mert az „szükséges a cégnek”. Ezért napi rendszerességgel szorgalma-

san küldik ki a hírlevelüket, de olyan szavak, mint a „stratégia”, a „tervezés” vagy az „utóértékelés” már nem annyira fontosak számukra.

A tudás forrásai

Az e-mail marketinggel kapcsolatos know-how források eléggé szűkösek. Felsőoktatási intézményekben az online marketingről „természetesen” nem esik szó olyan mértékben, mint ahogyan kellene. Igaz, dr. Eszes István és dr. Bánya Edit Online marketing (www.onlinemark.hu) című könyve az első igazi lépés ezen a területen.



Jelenleg az e-mail marketinggel kapcsolatos, elérhető tudásmenedzsment-források:

- Utóértékelések elemzése. „Egy fecske nem csinál nyarat” – szól a közmondás, ami a mi témánkra is vonatkozik. Lehetetlen egy kampányból megállapítani, hogy az e-mail marketingeszközök használata sikeres-e vagy hasznos-e a cégnek. Néhány akció után az értékelés és a folyamatos optimalizálás, azaz finomítás egyre több információt hoz, amiből már lehet következtetéseket levonni. Ha nem szakképpel dolgozunk, akkor a saját hibáinkból fogunk tanulni, ami sokszor drága oktatásnak bizonyul.
- Benchmarking, versenytárselemzés. Ha a versenytársaink már használják az e-mail eszközöket marketingkommunikáció-

juk során, akkor a részletes megfigyelés és elemzés „megspórolja” a befektetésekre szánt büdzsét. Hírlevelek, direkt e-mail reklámok, autoresponderek stb. begyűjtésével és elemzésével sokat tudhatunk meg versenytársaink stratégiájáról és hibáiról.

- Szakkonferenciák. Nos, ezekből aztán van bőven. Valamire azonban vigyázni kell: ha tanulni szeretnénk, akkor (általában) a konferencia nem a megfelelő fórum. Inkább a szeminárium – sok minden miatt. A konferenciákon csak globális képet kapunk a szakmáról, olyan irányvonalakat, amelyek segítenek jobban megérteni a piaci trendeket.
 - Workshopokból, szemináriumokból is sok volt 2002-ben és 2003 első felében. A Figyelő (www.fn.hu/konferencia), a DMSZ (www.dmsz.net), a Carnation (www.carnation.hu) és az IIR (www.iir.hu) is szervezett online marketinggel kapcsolatos szemináriumokat, ahol sok példával, esettanulmánnyal és szakemberek bevonásával kísérelték meg közelebb hozni (többek közt) ezt a témát is.
 - Szaksajtó, szakkikkek. Ezekből hazánkban nagyon kevés található. Néha felvilan egy-egy cikk olyan marketingszaklapokban, mint a Kreatív és a MédiaFigyelő, vagy üzleti lapokban, mint a BOSS magazin. Akkor is a fő téma a spam, ami miatt az egész iparág szenved. Az online médiában több jó cikket, elemzést találunk, valamint több itthoni és külföldi hírt is. A Kreatív Online (www.kreativ.hu), a BTL (www.btl.hu), a MédiaInfo (www.mediainfo.hu), a Menedzsmentforum (www.mfor.hu) és a Hullámvadász (www.hullamvadasz.hu) kiváló anyagokkal szolgál. A Trinety (www.trinety.hu), az E-kereskedelem (www.e-ker.hu) és a Carnation e-mail hírlevele pedig egészen komplexen foglalkozik egy-egy e-mail marketing kérdéssel. Melegen ajánlom mindenkinek, aki naprakész szeretne lenni ebben a témában!
 - In-house tréningek. Azoknak a munkatársaknak, akik elektronikuslevezetés-programokat fognak tervezni, illetve kivitelezni, a cég gyakran belső tréningeket szervez külső szakértők bevonásával. Ha a vállalat outsourcingcéget foglalkoztat (pl. szoftverbérlet), akkor valószínű, hogy a médiatréninget is az fogja tartani. Ha a cégnek interaktív ügynöksége van, akkor ebben a témában is az tartja a továbbképzéseket. Ha a vállalkozásnak egyik sincs, akkor szét kell néznie a piacon, hogy ki az, akitől segítséget kérhet. Kiindulási pontnak ajánlhatom a www.email-marketing.lap.hu website-t.
 - Tanfolyamok és más oktatások. 2003 márciusáig még nem találkoztam olyan célzott oktatással, amely csak az e-mail marketingre irányulna.
 - Tanácsadók segítségével. Akár vállalati szaktanácsadók, akár független tanácsadók is segíthetnek, az első lépésektől a komplex programok kidolgozásáig.
- A cikk részlet *Damjanovich Nebojsa*: Online marketing – Alapoktól felsőfokig. 1. rész: E-mail marketing című könyvéből (Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 2003, www.bagolyvar.hu).

Mi lesz veled 40 év múlva?

Interaktív kampány a társadalmi szemléletformálásért

A Credit Suisse Life & Pensions hazánkban ma még ritkán alkalmazott stratégiát vetett be kommunikációs kampányában, amely szeptember elején indult, és a napokban ért véget. Célja az volt, hogy a fiatalokhoz az ő nyelvükön szólva juttassa el üzenetét, amely az önmagukról való gondoskodás felelősségére kívánja felhívni a figyelmet. Az akcióban központi szerepet kapott a leginteraktívabb médium, az internet.

A jogszabály szerint az első munkahelyükre belépőknek kötelező magán-nyugdíjpénztári taggá válniuk. Idén még így dönthetnek a 30. életévüket 2003. január 1-jéig be nem töltött fiatalok is, akik korábban már munkát vállaltak. „Erről a kérdésről és a döntéssel együtt járó felelősségről a korosztály nagy része igen keveset tud. Ezért indítottunk egy figyelemfelkeltő, tájékoztató kampányt” – foglalta össze az akció célját Walter Touchner, a Credit Suisse Life & Pensions elnök-vezérigazgatója.

Többszatszórás, interaktív kommunikáció

Célcsoportként automatikusan adódott a 18–30 éves korosztály, amely számára a nyugdíjas korról való gondolko-

dás felelősségének nem túl népszerű üzenetét kellett eljuttatni. Az alapelv az volt, hogy másképp nyúljon a témához, mint azt az elmúlt évtizedekben megszokhattuk: érdekes-sé, vonzóvá és közérthetővé kellett tenni a magánnyugdíjpénztárakat a fiatal célcsoport számára. A Credit Suisse éppen ezért egy integrált kommunikációs kampány mellett döntött, amelyben helyet kaptak a legkülönbözőbb, ám konvergens módon alkalmazott kampányeszközök. Eszköztáskor tudatosan figyelembe vették a korosztály életmódját és médiahasználati szokásait, ezért a megbízó az internetet választotta a kampány fő médiumául. Ezt egészítették ki az Est lapokba behúzott szórólapok, valamint a fiatalok által jellemzően használt közterületeken (pl. buszmegállókban, metróállomásokon) elhelyezett citylightok (világító plakátok) és óriásplakátok. A kampány részét képezte egy kiterjedt hosztesszpromóció is, amely a forgalmas áruházak, plázák területén zajlott.

CREDIT SUISSE LIFE & PENSIONS

MAGÁNNYUGDÍJPÉNZTÁR

Mi lesz veled 40 év múlva?

Van 160 karaktered, hogy megírd.

Van 40 évéd, hogy beteljesítsd.

..... ugysem elek addig, pontosvessző shiftkilenc. pepe

.... Ha unom a banánt, veszem az Útikalauzomat, a bábelihalamat és a hitelkártyámat, és átsztoppolok egy másik galaxisba. Arthur



.....160 karakter nem nagy cucc, ölve is kibírom, 40 év viszont majdnem életfogyt. Ezen gondolkozom itt és most a metróban, melő fele félúton. Yasmine

Küldd el a te verziód – a saját mobilodról – szeptember 25-ig, és nyerj egy Swatch karórát!

www.40evmulva.hu

Az élet a legjobb befektetés

SMS: 06 303 444 550

Játékos website a közép-pontban

A kampány középpontjában a www.40evmulva.hu címen elérhető website állt, amelyre a legkülönbözőbb csatornákon keresztül hívta fel a figyelmet a nyugdíjpénztárra, többek között nagy látogatottságú online portálokon, animált banner-hirdetések formájában. De mielőtt az egyéb csatornákról beszélünk, nézzük meg, mit is tudott ez a website! A weboldalon lehetőség nyílt arra, hogy bárki feltöltse saját fotóját, és ezen – egy Flash-technológiára épülő szoftvermegoldás segítségével – tetszőleges változtatásokat hajtson végre aszerint, hogy milyennek képzeletben önmagát 40 év múlva. A kellek széles tárháza állt a játékos kedvű „jövőbelátók” rendelkezésére: volt, aki bajuszt rajzolt magának, volt, aki szemüveges lett, s nem volt ritka az sem, hogy valaki 40 év múlva kalapot hordott, és bizony, sokaknak a haja megöszült. Az így keletkezett „öregkori” képeket archiválni lehetett, és elhelyezni egy nyilvános webes galériában, vagy tovább lehetett küldeni ismerősök, barátok e-mail címére is.

Aki inkább a szavak emberének bizonyult, szintén megtalálhatta az önkifejezés módját: a nyitó oldalon 160 karakternyi felület állt rendelkezésre, hogy bárki megfogalmazza, mit sejt, mit kíván önmagának saját nyugdíjas korára.

Végül az, aki sem az arcát, sem a gondolatait nem akarta közszemlélre tenni, végiglapozhatta a website-on található „40+ galériát” vagy az „SMS-archívumot”. A nyitó oldal természetesen folyamatosan frissült: mindig a legviccesebb fényképek és a legérdekesebb SMS-jóslatok friss válogatásával találkoztak az oldalra látogatók.

A weblap további lehetőségeket nyújtott mindazoknak, akik az elgondolkodtató játékok hatására komolyabban is tájékozódni kívántak a jövő lehetőségeiről. Számukra a site olyan linkgyűjteményt kínált, amelynek révén egy kattintással el lehetett jutni egy általános információs oldalra a magánnyugdíj témájában vagy egy gyakorlatias szemléltető nyugdíjkalkulátorhoz. A promóciós website szolgáltatásai ezzel még nem értek véget, ugyanis az offline világban ugyanúgy be lehetett kapcsolódni az itt folyó játékokba, mint az internetről.

40 év 160 karakterben

A többszörös kampány már említett, fantáziát megmozgató SMS-játékának szálai szintén a weboldalon futottak össze. Minden érdeklődőnek lehetőséget biztosított, hogy röviden megfogalmazza saját vízióját a 40 év múlva várható jövőről. „Mi lesz veled? Van 160 karaktered, hogy megírd. Van 40 évod, hogy beteljesítsd.” Ezzel a kedvcsináló szlogennel hívták játszani a célcsoport tagjait, akik egy kifejezetten erre a célra üzembe állított SMS-telefonszámra küldhették el válaszukat mobiltelefonjukról. Aki

ellátogatott az oldalra, annak ingyenes webes felület is rendelkezésére állt, hogy ezt megtegye. A különböző csatornák integrált használatára jó példa, hogy egy megadott telefonszámra az ország bármely pontjáról bárki elküldhette SMS-ben rövid szöveges jövőképet, de akár a site nyitó oldalán közvetlenül be is gépelhette. A játékos kedv fokozására az SMS-játék résztvevői között az idő fontosságára emlékeztető karórákat sorsoltak ki.

Interaktív hoszteszpromóció

Az internet információs gazdagsága és rugalmassága ellenére egy kampány akkor lehet teljes, ha személyesen is sikerül kontaktust teremteni a célcsoporttal. A forgalmas bevásárló-



központokban országsszerte hosztesztek vártak az érdeklődő fiatalokat, akik kérdéseket tettek fel, és kérdésekre válaszoltak, valamint digitális fotót készítettek a játékos kedvükről. Az így készült fényképeket az ügynőség rövid időn belül „megőregítette”, és feltette a honlapra. A résztvevők saját „megőregített” fényképpel ellátott online vagy offline levelet kaptak, amely egyúttal a site-ra irányította őket. A játékban résztvevők kérésre postai úton részletesebb tájékoztatást vagy akár belépési nyilatkozatot is kaphattak, amelynek kitöltésére egyébként a hoszteszknél is lehetőség nyílt. A plázákban az érdeklődők további információkat kaphattak a magánnyugdíj rendszeréről, a kampányt elindító Credit Suisse Life & Pensions Magánnyugdíjpénztárról, a párhuzamosan folyó SMS-játékról és további személyes, telefonos vagy éppen online elérhetőségekről.

URL citylighton és óriás-plakáton

Annak érdekében, hogy az online kampány minél jobban beágyazódjon a célcsoport életébe, több offline csatornán is érdemes felhívni rá a figyelmet, és megerősíteni az üzenetet. Ezért forgalmas városi helyszíneken elhelyezett világító citylight plakátok tették fel újra és újra a fő kérdést: „Mi lesz veled 40 év múlva?” A hirdetésen szerepelt annak a weboldalnak a címe, ahol az érdeklődő játékos formában kereshetett választ a kérdésre. A nyugdíjpénztár az SMS-

játékra invitálta, és egyúttal a promóciós website-ra irányította az érdeklődő olvasót. A tájékoztató füzetet a plázákban játszva tájékoztató hoszteszekről is lehetett szerezni.

Háttér-információs website

A Credit Suisse már korábban létrehozott egy általános célú információs website-t is, amely a www.magannyugdij.hu címen érhető el. A játékos kampánysite-nál komolyabb hangvételű oldal az akció lezárulása után is tovább él: rajta áttekintő-információk olvashatók rendszerezett és közérthető formában, olyan témákról, amelyekről minden fiatalnak érdemes tájékozódnia, aki a magannyugdíj kérdésében döntés előtt áll. Az oldal egyebek mellett részletesen tárgyalja a magannyugdíjpénztárak működését, áttekintti az európai megoldási módokat, és választ ad a leggyakrabban feltett kérdésekre. A microsite a megbízó arculatához szorosan illeszkedő letisztult design, valamint nagyméretű fotók felhasználásával teremt fiatalos, modern, európai hangulatot.

Újszerű stratégia, sikeres végeredmény

„Jól látszik, hogy a magannyugdíjpénztárak témakörében pontosan az érintett korosztályban információhiány tapasztalható. Társadalmi szemléletformáló kampányunk kommunikációs stratégiája szokatlan és merész volt: komoly témáról beszéltünk játékosan, fiatalokhoz szövtünk a fiatalok nyelvén, középpontban az internettel. A website látogatottságából kiindulva sikerként értékeljük, hogy alig néhány hét leforgása alatt sok ezer fiatal tudtunk közelebb vinni ahhoz, hogy egy pillanatra megálljon, és elgondolkodjon rajta, mi is lesz veled 40 év múlva. Az őszinte hangvételű, nem »túlígérős« kampány lehetőséget biztosított arra, hogy a célcsoport saját maga adjon meg a választ a feltett kérdésre, mi legfeljebb elgondolkodtattuk, és alternatívát kínáltunk számára. Így nem tolakodóan, ám meglehetősen határozottan képviselhetjük a Credit Suisse 150 éves tradíciójához méltó vezető szerepet egy időszerű és fontos társadalmi kérdés kapcsán” – vonta meg a mérleget Gecser Ottó, a Credit Suisse Life & Pensions marketing-vezérigazgatóhelyettese.

Az interaktív játék és az információk továbbra is elérhetők a Credit Suisse Life & Pensions weboldalán: www.cslife.hu.

A kampány megvalósítására a Credit Suisse felkérésére egy konzorcium vállalkozott, amelyen belül az offline reklámananyagokat a Cactus és az Artwerk gondozta, a médiaügylekért az Art Média felelt, a hoszteszpromóciót a Prohome bonyolította le, az online teendőket a Carnation és a Frutta látta el, a kampány PR-ügyeit pedig a Double Decker intézte. }



CREDIT SUISSE LIFE & PENSIONS

MAGANNYUGDÍJPÉNZTÁR

Mi lesz veled
40 év múlva?

www.40evmulva.hu

Az élet a legjobb befektetés

játékban való részvételt sem bízta a véletlenre: a budapesti metróállomásokon ötletes és egyben ötletadó óriásplakátok hívták fel a figyelmet a gondolatébresztő akcióra és a lehetséges nyereményekre.

Tájékoztató füzet

A kampány során a legfontosabb információk nyomtatott formában is rendelkezésre álltak. Az arculathoz illeszkedve elkészült egy tájékoztató füzet, amelyet országszerte az Est lapokba behúzva terjesztettek. A könnyen zsebre vágható kiadvány tájékoztatót a nyugdíjrendszer alapjairól, az SMS-

Csöppenjen bele

Magyarország legnagyobb

online hirdetési hálózatába

Adverticum adserver

és adnetwork szolgáltatás



További információ:

www.adverticum.com

info@adverticum.com

(06-1) 248 - 32 - 30

Flört

Férfi és nő kapcsolatának története félreértések sorozata, s ebből mindig is jól megélték a javasasszonyok, a bájitalkeverők, a házasságközvetítők és a férfi-női magazinok. Mostantól az olvasó elfelejtheti a bárgyú „szeret, nem szeret” tesztet, a kételyek közti többszörös örlődést, mert mi most itt a tudomány vakító fénysugarával világítjuk meg az emberi kapcsolatteremtés (értsd: csajozás és pasizás) sötét rejtelseit.

SZENDI GÁBOR

Az ismerkedés biológiája

✧ Kicsit talán távoli indításnak tűnik, de érdemes elmélyedni az angolnak, kócsagok és prérikutyák szerelmi életében. Ennek szorgos tanulmányozásával már *Darwin* is arra a következtetésre jutott, hogy a két nem közti kapcsolatteremtést mindig a nőstény irányítja. Az állatvilágban a hím általában rendkívül attraktív külsőt ölt, melyre az udvarlás időszakában még rádob egy lapáttal, míg a nőstények szürkék, unalmasak, még rúzszt sem használnak. A hímek párzási kedvükben minden lehet módon igyekeznek felhívni a figyelmet magukra, élelemmel a szájukban kuncsorognak a finnyás nősténynél, díszes fészket építenek napszámban, vagy demonstratív, véres csatákat vívnak a kiszemelt pár előtt. Egyes fajoknál maga a nőstény az, aki belehergeli a hímekeket a küzdelembe: „Dobd be magad, lássuk, megérdemelsz-e engem!”



Mindez logikus, hiszen a nőstény sokkal többet kockáztat egy kapcsolattal, ő fogja világra hozni az utódot, s a legtöbb esetben ő is neveli fel, vagy emberi megoldásként a kórházban felelti. Mivel a legfőbb cél a saját gének elterjesztése, a nőstény domináns, belevaló hímtől akar utódokat, akik majd feltehetőleg sikeresen terjesztik tovább a családi génállományt (1.). Ebből a nézőpontból a flört a hím párzási kérelmének gyorsított elbírálása.

Ez a meglepő és frusztráló felismerés 130 év alatt sem tudott igazán beépülni a köztudatba, így a férfiak makacsul azt hiszik, hogy nekik kell kezdeményezni és hódítani, a nők pedig

nem akarnak hatalmuk tudatára ébredni. A növekvő elmagányosodás és kapcsolatteremtési nehézség a kutatók szerint azt jelzi, hogy a géneken hordozott alapvető flörtképességek felülírják a kulturális sztereotípiák. Milliók regisztrálják magukat internetes társskereső portálokon, s a világháló fő forgalmát a pornó, a chat, az e-mail flört, vagyis a cyberszex adja (2.). Mindez arra vall, hogy az emberek egyre reménytelenebbnek tartják a természetes módon való ismerkedést, megfutamodnak a feladat elől, és személytelenül, szolgáltatások mögé bújva keresik az „igazít”.

Tudományos flörtológia

Dr. Monica Moore doktori disszertációja írásakor választás elé került, patkányokat vagy embereket vizsgáljon-e (3.). Hosz-

szas vívódás után az emberek mellett döntött, s így lett belőle flörtkutató. Több ezer órát töltött el bárokban, bevásárlóközpontokban, hogy megfigyelje a terepen férfi és nő kapcsolatának alakulását. Persze kérdezhetnénk, hogy nincs-e ebben némi kis voyeurizmus, de minket most nem az egyéni motiváció, hanem az eredmény érdekel.

Moore szerint a flört az az eljárás, melynek során a nő kiválasztja a neki tetsző férfit, és magához csábítja (4.). Persze most kicsit vulgarizálok az ő tiszta, tudományos nyelvezetét, de szerintem így határozottan érthetőbb. A flört ismert minden kultúrában, genetikailag programozott viselkedés,

a szónak csak álszent társadalmakban és fejekben van negatív csengése.

A flört menete normál esetben az, hogy a férfi igyekszik imponálni, vagyis a szociális dominancia (erő, határozottság) és az anyagi bőség (öltözködés, anyagi kellékek, nagyvonalúság) látszatát kelteni a bárban, a munkahelyen, az iskolában, vagyis bárhol, ahol az ismerkedési lehetőség fennáll. És egyszer csak a nő felfigyel az igyekezetre. Ez volna a vonzóró bemutatásának szakasza, s most jön az örjítő kételyek világa, a kiválasztási periódus.

A képzett, rafinált nő akaratlagosan, a spontán, alulképzett pedig akaratlan módon, finom testi, viselkedésbeli jelzésekkel kezdi bombázni a férfit, aki, ha fogja az adást, előbb-utóbb vesz egy nagy levegőt, és közeledni kezd a nőhöz. A flört során (reménytelen költöknél ez évtizedekig is eltarthat) a férfi fizikai és lelki értelemben közeledik, miközben a nő folyamatosan kiértékeli a felőle áramló információkat. Elemzi a viselkedését, az öltözetét, a hangját stb. Ebből pedig kiderül számára, hogy mennyire komoly az érdeklődése, mennyire tűnik megbízhatónak, mennyire illenek össze.

Flörtből elégtelen

Moore vizsgálatai arra is rámutatnak, hogy kik az öldöklő verseny vesztesei. E kérdésben némi büntudat is gyötör, mert korábban felvázoltam az evolúciós értelemben vonzó nő és férfi fő vonásait (5.), s ez sokakban hamis megnyugvást keltetett. Sajnos azok a nők sem üldögelhetnek a babérjaikon, akiknek 0,7 a csípő–derék hányadosuk, kicsi az álluk és az orruk, vastag a szájuk, fiatalok és egyszerűen dögösek. De ugyanez vonatkozik a férfiakra is: a vonzó tesztoszteronmutatók és a fejlődési stabilitást jelző szimmetria felmutatása nem elég. PR-munka nélkül nem megy a dolog. Moore kutatásaiból egyértelműen kiderül, hogy azok a nők a magányosak, akik kevés flörtjelzést bocsátanak ki.

Egy vizsgálatában (6.) a képzett megfigyelők 10 perc után megjósolták, hogy melyik nőt fogják leszólítani, és melyiket nem. Tíz nőnél úgy ítélték meg, hogy hamarosan párjuk akad, és ez nyolc esetben be is jött. Másik tíz nő esetén az volt a feltevés, hogy a kutyja sem fog feljűk nézni, és mind a tíz facér is maradt. Rosszul tippel, aki azt gondolja, hogy a leszólított nyolc nő nyilvánosan levetkőzve kellett magát, a másik tíz meg eleve esélytelenül, apácaruhában üldögélt a bárban. A különbség csupán az volt, hogy a leszólított nők 10 perc alatt átlagosan 30 változatos flörtjelzést bocsátottak ki a hímek irányába, míg a magányra ítélték csak 4-et! A két nő, akinél tévedtek a megfigyelők, átlagban 8 flörtjelet bocsátott ki. Náluk tehát kevésbé tévedésről, inkább arról volt szó, hogy hol húzzuk meg az ismerkedéshez elégségesnek feltételezett flört-mennyiség határát egy dél-kaliforniai bárban péntek este.

Amiért utólag meg kell követnem a magányos bombázókat, akik cikkem hatására relaxálva várták a herceget, az az a szomorú tény, hogy a leszólított nők egyáltalán nem voltak att-

raktívabbak, csupán aktívabbak. Magyarán: az elérhető nő vonzóbb a férfiak számára, mint a nagyon termékeny, nagyon egészséges, 0,7-es csípő–derék arányú, de flörtanalfabéta.

Kiszélesítve Moore kicsit feministára sikerült vizsgálatait, a magányos férfiakra sem az mondható, hogy nem elég izmosak, hamis a Rolexük, vagy törpék, hanem hogy zárlatos a flörtjelvevőjük. Röviden gátlásosak. A vizsgálat fényében



a Don Juan vagy Don Ernye Béla típusú nőfalókat nem feltétlenül hódítókként, hanem a flörtjelzésekre fogékony hímeként írhatjuk le. (Na jó, valamiért persze felfigyelnek rájuk a nők, de ezt itt most irigységből szeretném bagatellizálni.)

Gátlások

Miért nem ad elég flörtjelzést a magányos nő? Itt lép be a képbe anyuka és apuka, aki nem adott elég biztató visszajelzést arról, hogy leánykájuk szép, okos és termékeny. Ez a leányka a statisztikák szerint az elfogadhatónál kövérebbnek és kisebb mellűnek érzi magát, s a haja is szörnyen néz ki. Annak hamis tudatában, hogy ez számít, úgy érzi, nevetéssé önhittség volna klassz pasiknak kacsingatnia, hogy azután röhejessé váljon.

A magányfőrávaltozata szintén feltételez bizonyos típusú szülőket, de ráadásul nehezített a pálya is. A nők ugyanis – bizonyos fokú, érthető önvédelemből – a visszavonulás lehetőségét mindig fenntartva, kétértelmű jelzéseket szoktak adni. Ez egyfajta elkötelezetlenség, és teszteli a hím érdeklődését, mivel átpasszolja neki az ismerkedésben rejlő kockázatot. A kockázat mindkét fél részéről az önértékelés és önbecsülés

romba dőlése. Ezért az a férfi, akinek alacsony az önértékelése, még direkt jelzéseket sem mer magára venni, sőt kerülí azokat a helyzeteket, ahol flörtjelzéseket kaphatna.

A magánynak nem szeretjük az olyan önmarcangoló, megálázó értelmezését, mint gátlásosság, féltékenység, jobban kedveljük a filozofikusabb magyarázatokat a világ elmagányosodásáról, az igényességről, a meg nem értettségéről stb. Ezek egyszerűen elegánsabbak. Csak nem oldanak meg semmit.

Technikák

Rátérve a használható receptekre, fellebbentjük a fátylat a női praktikákról, ami esetleg nőnemű olvasóink számára sem érdektelen.



Moore kutatásai során 52 flörtjelet különböztetett meg (4.), amelyek csoportosíthatók aszerint, hogy miként keletkeznek, vagy aszerint, hogy a flört melyik szakaszára jellemzők.

A flört a nő részéről a célszemély kiválasztásával indul, majd a figyelem felkeltése, illetve az illető érdeklődésének mérlegelése következik. Ha az érdeklődés eléri a kívánt szintet, a kölcsönös közeledés szakasza jön, végül pedig a kapcsolat kialakítása.

A flört leggyakrabban nézéssel kezdődik. A nő tekintete megakad egy férfín, majd tovastiklik, később ismét visszatér. Gyakran nem szemtől szemben történik, hanem a szem sarkából. Ha a férfi és a nő tekintete többször találkozik, a nő kicsit hosszabban néz a férfire – ezt nevezzük szemezésnek. A mohó érdeklődés jele, ha tekintetük találkozásakor a nő

szemöldöke egy pillanatra felszalad. Ezt igen sok kultúrában megfigyelték: genetikailag kódolt viselkedésről van szó.

Jelzésértéktől még a csillogó szem, illetve a tág pupilla. Ezt egy szemfenéktükröl pillanatok alatt meg lehet állapítani.

A jelzések egy másik csoportját alkotják a mosolyfajták. Például a szégyenlős: a nő rápillant a kiválasztott férfire, majd elmosolyodik, és lesüti szemét. Ez elég egyértelmű, viszont értékelésében a férfiak elég békán szoktak lenni, mert nem tesznek különbséget az udvarias és a valódi mosoly között. Ha csak a száj mosolyog, de a szem nem, vagyis a szem körül nem jelennek meg mosolyráncok, akkor csupán udvarias mosolyról van szó. Ettől még a nő a pokolba is kívánhatja a férfit. Az őszinteség mellett szól, ha mindkét fogor ki villan, és ha a mosoly érezhetően spontán módon jelenik meg, nem pedig némi késlekedéssel.

A nevetés szintén lehet flörtjelzés, különösen, ha a nő közben hátraveti a fejét, és ezáltal felfedi a nyakát. Ezt etológusok a behódolás jeleként értelmezik, annak analógiájára, ahogy a behódoló farkas is odatartja a nyakát ellenfelének. Mások viszont azt mondják, hogy mivel a nő pótként éppen most hálózza be áldozatát, szó sincs itt behódolásról.

A nyak és a tekintet kihívó kombinációja, ha a fej – Moore szabatos leírásával élve – 45 fokban ráhajol a vállra, miközben a nő a férfi szemébe néz. Ha a nő még a nyakát is megcirógatja, akkor a férfi kezdetben álmodozni.

Rendkívül beszédes, mélyen biológiai eredetű az ún. tollász-kodó viselkedés megjelenése. Ilyen a haj igazgatása, különösen, ha ismételtlen történik, az ujjakkal való hajba tús és a ruha indokolatlan igazgatása, simogatása, rendezgetése. Ide sorolható a rúszozástechnika is. Ilyenkor a nő rápillant a férfire, rámenős esetben hosszán nézi, és közben lassan, gondosan rúszozza magát. Ennek finomabb változata, amikor a nő a férfire pillantva megnyalja a száját, vagy nyelvvel körbevedvesíti ajkait.

Fontos flörtjelzés a parádézás is, amikor a nő behúzott hassal, kiüllesztett mellel, emelt fővel, ringó járással lassan átvonul a színen.

Ezek a jelzések általában interkontinentális hatótávolságúak, de természetesen közelharcban is lehet alkalmazni őket.

A közeli technikák közé soroljuk az odafordulást, a szembenézést, a lábak ismételt keresztbe rakogatását, a látszólag véletlen vagy szándékos, beszéd közbeni kar-, illetve kézérintést, a térdek összekoccanását. Fontos jelzés együtt ülöknel, ha a nő a férfi felé dől, vagy pláne, ha hozzá is ér kissé, mert ez az ösztönös biztonságkeresés jele. A fülbé suttogás pedig kifejezetten bizalmas gesztus, bármilyen ürrüggyel is álcázva.

Flörtjelzés, ha a nő beszélgetés közben egy kulccsal vagy valamilyen tárggyal játszik, esetleg cirógatja vele magát.

Külön csoportot képviselnek az ún. segítségkérések, amikor a nő jelzi, hogy elvárja: segítsék fel a kabátját, húzzák ki a székét, gyútsák meg a cigijét, töltsenek a poharába. Ósmodellje ennek az oroszánok közé ejtett kesztyű, amelynek a lovag gondolkodás nélkül utánveti magát. Ezek ugyebár a férfi áldozatkészségét hivatottak tesztelni.

Bizonytalan férfiak számára ajánlott listát készíteni e jelekről, és ismerkedéskor sorban kipipálni őket. Ha tíz összegyűlt, lehet indulni.

Amikor a férfi nem veszi észre magát

„Hamarosan hívlak!” – búcsúzik a férfi. „Remek lesz” – feleli a nő, és nevetve, a férfi arca előtt integetve fordul meg, s távolodik el. A férfi pár napot eufóriában tölt, majd telefonál, és leforrázva hallja, hogy a nő nem akar vele találkozni. „Rossz tréfa?” – kérdezi Joy Davidson pszichológus (7.). Nem, csak a pali nem érti a testnyelvet. A kézmozdulat és az elfordulás ugyan – a közeledést elhárító gesztus volt a nő részéről.

Sajnos a férfiak eredendően nehezebben értik a nem verbális jeleket, és hajlamosak a barátságosságot is szexuális érdeklődésnek venni. Ha már egyszer rászálltak egy nőre, verecskének érzékné a sikertelenséget. Sokszor nem is az a baj, hogy a nőben nincs érdeklődés irányukban, hanem hogy nem értik a finom jelzéseket: „Jassan a tested!” . Például megérintik a nőt, és az visszahúzza a kezét.

Ha a nő kezdeti flörtjelzéseit után a férfi közeledik, de később azt tapasztalja, hogy az kerülni kezdi vele a szemkontaktust, elhajol tőle, elfordul a testével, vagy védekező testtartást vesz fel (pl. keresztbe fonja a karjait, összehúzza a lábait), közömbös témák felé tereli a beszélgetést, keze ököbe szorul, vagy ujjait babrálja, akkor a férfi jobb, ha észreveszi magát. De még ezek az udvariasabb formák, és nincs veszve minden: „tüllyegted magad, egyszer kimaradsz a dobásból”.

Am ha a nő ásit, körmet vagy fogát piszkálja, rosszallóan néz, kezét zsebre vágja, tüntetően felfelé bámul, vagy más- sal kezd foglalkozni, miközben a férfi fűzi, akkor ez a búcsú perce (8.).

A férfiak gyakori hibája, hogy azt hiszik, az ismerkedés rajtuk múlik. Valójában ha már kiszemelte őket egy nő, legjobb, ha önmagukat adják. A nyitó „jó dumák” soha nem tudnak olyan jók lenni, hogy bármit el lehessen velük élni. Felmerések szerint a kezdeti érdeklődést 55%-ban a design, 38%-ban a beszédmód és csak 7%-ban a beszéd tartalma határozza meg (9.). Vagyis a jó szövegnel fontosabb, hogy a férfi ne legyen lehengerlő és hangos, mert ez agresszivitást sugall, de ne legyen túl halk sem, mert ez pedig mulyaság.

Önmagukban nem bízó férfiak sokszor választják az „öntsünk tiszta vizet a pohárba” megoldásokat, vagyis azt hiszik, ha lerohanják a nőt egy vallomással, vagy ha nekiklátnak „tiszta zni” a helyzetet, megszűnik a bizonytalanságuk. Csakhogy

a flört olyan ígért, amelyet nem lehet számon kérni, csak visszoznani. Aki ehhez erőltén, adjon fel házassági hírdetést.

A szinkronitás

A flörtszakértők kiemelik a szinkronba kerülés fontosságát, ami már fél győzelem (1.). Már az is egyfajta szinkronitás, ha a férfi nem akar jobban nyomolni, mint ahogy azt a nő enged. Szinkronban vannak, ha akaratlanul is egyszerre csinálnak dolgokat, egyszerre néznek egymásra, isznak poharukból, nevetnek, mosolyognak, hajolnak közel egymáshoz. A szinkronba kerülés útja az egyre intímabb beszélgetés, az érzelmi összehangolódás.

Önmegvalósítás

Sokak szerint a flört nemcsak evolúciós program, hanem modern játék, az önkifejezés és önmegvalósítás egy módja is (10.). Ma már tanfolyamokon lehet elsajátítani a művészetét (11.). Jill Spiegel (12.) szerint a flört egy új életkészség, amellyel barátságossá tehetjük magunk körül a világot, és kifejezhetjük legmélyebb önmagunkat. „Flörtölj az étellel és a világgal!” – hirdeti. Ettől minden pillanat ünnep és kaland lesz (13.).

Ilyen magasságokig talán nem tudjuk követni Jill Spieglelt, de kétségtelen, hogy a flört nemcsak házasodni vágyóknak vagy partnert keresőknek ajánlott.

A flört nem egyszerűen ismerkedési technika, hanem a két nem együttlétezési módja. A flörtben elfogadjuk önmagunkat mint „piacképes”, nemmel bíró lényt, aki biológiaiailag programozott módon óhatatlanul érdeklődést vált ki a másik nem egyedeiből. Aki nem veszi a jelzéseket, és nem reagál rájuk, az nem akar tudomást venni női vagy férfiúi mivoltáról. Lehasítja magáról identitását. És ennek súlyos következményei lesznek ám!

Források:

1. www.vepsy.com/communication/volume3/chap4Ciceri.pdf
2. www.findarticles.com/cf_o/moNEW/2001_Feb_8/71076882/print.html
3. www.geocities.com/marvin_hecht/flirting.html
4. www.webster.edu/depts/artsci/bass/faculty/mm1995.html
5. www.hirek.com/cikk.prm?id=29503
6. www.webster.edu/depts/artsci/bass/faculty/mm1989.htm
7. www.findarticles.com/cf_o/m1608/12_14/53286976/print.html
8. www.webster.edu/depts/artsci/bass/faculty/mm1998.html
9. www.sirc.org/publik/flirt.pdf
10. www.findarticles.com/cf_o/m1175/1_32/53479121/print.html
11. archive.salon.com/people/story/1999/07/12/flirt/index.html
12. www.Flirtnow.com
13. www.findarticles.com/cf_o/m4PRN/2001_August_16/77242826/print.html

Élenjáró fotótechnika

EISA-díjakat nyert a Canon

A fotósok által is elismert EISA (European Imaging and Sound Association) zsűrije a Canon EOS 1Ds jelű, digitális tükörreflexes (SLR) készülékét választotta a 2003/2004-es év európai professzionális digitális fényképezőgépeinek, míg a szintén tükörreflexes felépítésű EOS 10D az év legjobb európai digitális fényképezőgépeinek járó elismerést kapta. A BJ 19100-as tintasugaras printer kifejlesztéséért szintén a Canon képviselői vehették át a fotónyomtató-kategória első díját.

EOS 1Ds – a zászlóshajó

A tavaly szeptemberben bejelentett EOS 1Ds zászlóshajónak számít a professzionális digitális tükörreflexes fényképezőgépek sorában. Az EISA szakértői az eredményhirdetés során a gép több jellemzőjét is elsőrangúnak minősítették. Értékelésükben kiemelték, hogy a készülék „a digitális fényképezés mennyiségi-minőségi fejlődésének mérföldkövet képviseli, mivel arra készíti a profi fotósokat, hogy újrarendeljük a hagyományos, filmes technikához fűződő érzelmi kapcsolatukat”.



A 11,3 megapixeles felbontású, teljes méretű kép fogadására alkalmas CMOS-érzékelő ugyanis olyan felbontásra képes, amely „szakmai kihívást, sőt próbatételt jelent a kis filmes formátum számára, hogy

minden lényeges jellemzőjében összemerje képességeit a profi digitális tükörreflexes készülékek legjobb egyedével.”

EOS 10D – a legnépszerűbb

A februári bejelentés óta a Canon alig képes lépést tartani az EOS 10D iránti kereslettel. A szintén CMOS-érzékelővel épített fényképezővel kapcsolatban az EISA zsűrije a vonzó ár, a kitűnő felbontás és képmínőség mellett a könnyű kezelhetőséget és a széles körű felhasználási lehetőséget emelte ki.

A magnéziumötvözet váz határozottan profi megjelenést biztosít a gépnek, a felbontás (6,3 millió pixel) és a képformátumok (RAW, JPEG) pedig a későbbi képfeldolgozás számtalan lehetőségét kínálják.

A felhasználói bizalom egyik oka, hogy az EOS sorozat többi tagjához hasonlóan mindkét modellhez használható az eddig piacra dobott több mint hatvan EF objektív, és a Canon garantálja, hogy azok későbbi fejlesztéseit is a kompatibilitás jegyében végzi.



Bubble Jet i9100 – tízszer annyi fúvóka

Az EISA képviselői kiemelték, hogy a Canon Bubble Jet i9100 kiváló produktumok előállítására képes nyomtatófeje lényegesen több fúvókával dolgozik, mint a versenytársak készülékeiben található fejek (közel tízszer annyi fúvókát tartalmaz, mint a legközelebbi versenytárs hasonló terméke), ami lehetővé teszi, hogy a Canon hatszínű, finomított festékkel dolgozó tintarendszere minden korábbinál jobb minőségű nyomtatásokat készítsen. Hozzátehetjük, hogy ez az első fotónyomtató, amely A/3-asnál nagyobb papírméret esetében is 4800x1200 dpi-s felbontásra képes.



Az i9100-as a sebesség terén is élenjár: a teljes méretű, A/4-es fotókat kevesebb mint egy perc alatt készíti el, és az A/3-as méretű nyomtatás előállítása sem vesz igénybe két percnél többet.

Fotónyomtatás PC nélkül

A Canon EOS 10D felhasználói számítógép közbeiktatása nélkül is nyomtathatnak. Közvetlenül csatlakoztathatják a fényképezőgépet a BJ i9100-as printerhez, és a gépet használhatják a kinyomtatandó fényképek kiválasztására, valamint a legfontosabb beállítások kijelölésére. Ezután egy-két percen belül hagyományos irodai másolópapíron vagy a legjobb fotómínőséget biztosító speciális papíron vehetik kézbe a laboratóriumi minőségű nyomtatot.

Kapcsolódó webcímek:

www.canon.hu

www.canon-europe.com/cee

Canon

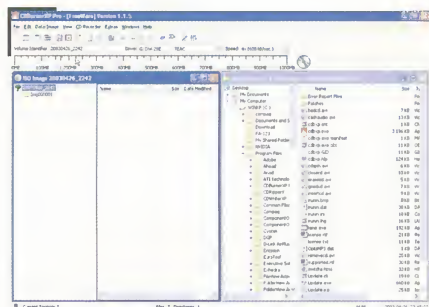
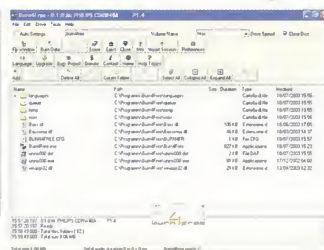
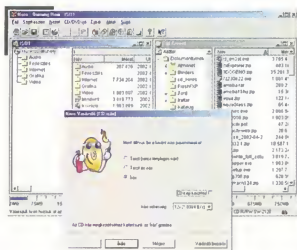
Europe

Letöltés.com

Írjunk CD-t!

Néhány éve még igazi státusszimbólum volt, ma pedig lassan már fizetnek azért, hogy magunkkal vigyük. Az egykor megfelfújhatatlannak tűnő 600-700 megabájtnyi terület mára már aprónak tűnik, és mindenki az alternatívát keresi, hogy nagyobb tárolókapacitású hordozható eszközre leljen. A gyártók az újírható DVD-k felé fordulnak, az írható és újírható CD pedig mindennapos, olcsó megoldássá avaszt.

Kedvező áron beszerzett CD-írónkhoz a boltban vagy kapunk szoftvert, vagy nem, pedig egy zenei vagy adat-CD megírása anélkül nem megy. Mielőtt azonban rátérnénk néhány program rövid bemutatására, érdemes pár dolgot tisztázni. A boltban kapható üres, ún. írható CD-nek két jól elkülöníthető típusa létezik: írható és újírható, CD-R és CD-RW. Amit az előbbire felírunk, az örökre rajta marad, az írás művelete csak egyszer végezhető el. Az újírható változat tartalmát viszont törölhetjük, és újat tehetünk rá, s ezt a műveletet többször megismételhetjük. Az átlagos felhasználó találkozhat audio-CD-vel, amely az otthoni hifilejátszóba vagy discmanbe rakva hallgatható meg, adat-CD-vel, amelyre 600-700 megabájtnyi fájl másolható, és az a számítógéppel olvastatható (az MP3-fájlok ún. MP3-discmannel is meghallgathatók), valamint a kettőt kombináló, "multisession" CD-vel, amely egy adat- és több audiószával rendelkezik.



A Nero sokrétű felhasználásának csak az ára szabhat határt, ezért érdemes kiemelni a kínálatból két ingyenes, legalísan használható CD-író programot. A **CDBurner XP Pro** professzionális freeware CD-író és -újíró szoftver, amely az alapfunkciók mellett ISO-fájlból is tud írni, képes a CD image-ét menteni, ír audio-CD-t, és azt MP3 formátumú fájljál konvertálva a gépre menti. A **Burn4Free** elsősorban audio-CD készítésére való, amit WAV, WMA, MP3/MP2/MP1 vagy OGG formátumú zenefájlokból is könnyen összedobhatunk. Kellemes letöltést, kellemes időtöltést!

A legtöbb CD-meghajtóhoz az egyik legkitűnőbb CD-író programcsomagot, a **Nero Burning ROM**-ot kapjuk, amelyet készítője rendszeresen frissít, így már a 6-os verziójánál is újabb kiadásokat tölthetünk le. Ebben a kezdő felhasználóknak varázsló segít a CD-lemezek megalkotásában, és létezik magyar verziója is. A legtöbb CD-meghajtóval kiválóan együttműködik, bármilyen alapanyagra írhatunk többféle tartalmat (DVD-t, video-CD-t, photo-CD-t stb. is készíthetünk). Az audio-CD-k készítéséhez különböző zenei segédreszeket tartalmaz, és CD-borító tervezésére, nyomtatására alkalmas segéd-szoftverrel is rendelkezik.

Linkek:

Nero Burning ROM:

letoltes.prim.hu/index.prm?pid=776

Nero Burning ROM magyarul:

letoltes.prim.hu/index.prm?pid=1089

CDBurner XP Pro:

letoltes.prim.hu/index.prm?pid=2185

Burn4Free:

letoltes.prim.hu/index.prm?pid=2192

Mire jók a rossz fiúk?

Az egyik csapatot zsaruk alkotják, a másikat rablók. Az egyik csapat Miami-ban indul bevetésre, a másik Velencében és Los Angelesben. Ebben különböznek egymástól. És hogy miben hasonlítanak? Például a honlapjaikban.

CSIKI JUDIT

f Martin Lawrence és Will Smith, a Bad Boys nagydumájú fekete zsarupárosa idén össze a Bad Boys II. – Már megint a rossz fiúk című filmben próbál leszámolni Miami alvilágával. A kábítószergyekben nyomozó rendőrhozó az ecstasy városba jutásának útját igyekszik feltérképezni, amikor komoly összeesküvés nyomára bukkan: egy új maffiafőnök akarja átvenni a város drogereskedelmének irányítását, és ez várható-

menüpontok jelennek meg előttünk: Sztori, Video, Képgaléria és Letöltések. A címek önmagukért beszélnek: a Sztorinál a film szinopszist, illetve az alkotókkal készült interjúkat találjuk, a Video aloldaltól a film előzetesait tölthetjük le, valamint egy zenei videoklipet, a Galériában kedvenc filmképeinket nézegethetjük, míg a Letöltéseknél háttérképekre, képernyővédőkre, ikonokra és elektronikus képeslapokra tehetünk szert.



an nem megy majd véres bandaháborúk nélkül. A helyzetet tovább nehezíti, hogy a kis csapat egyik tagja, Mike vonzalmat érez társa, Marcus húga iránt, s a „mit akarsz a húgomtól?” felállás nem kedvez túlságosan az első részben épphogy létrejött barátságának.

Ügyek és extrák

A film hivatalos honlapjának (www.sonypictures.com/movies/badboysii) látogatói hat megoldandó „ügy” közül választhatnak. Ezek szerkezete nem sokban tér el egymástól, bármelyik mellett is döntünk, a következő lehetőségek, azaz

Természetesen a menüpontok tartalma ügyről ügyre változik, így érdemes végigbongészni mind a hat megoldandó esetet.

Aki netán még nem látta az első Bad Boys filmet, vagy már kódósek az emlékei, az a DVD menüpontban közzét linket követve máris megrendelheti, és felmarkolhatja a DVD-hez járó ajándék mozijegyet (ez azonban sajnos csak az Egyesült Államok és Kanada bizonyos filmszínházaiba érvényes). Ha nem vagyunk biztosak a dolgunkban, belenézhetünk az első rész előzetesébe, s így kaphatunk kedvet a rendeléshez. Egy-két menüponttal odébb található a filmzene: belehallgathatunk a számokba, sőt közülük kettőnek a videoklipjét is megnézhetjük. A Promotions feliratra kattintva elvileg különféle nyereményjátékokban vehetne részt a látogató, ám a lapzártá

időpontjában már lejártak a nevezési határidők, hiszen azokat az amerikai bemutató időpontjához alkalmazkodva állapították meg. A két legérdekesebb és viszonylag legötletesebb műnőpont egyikében Miami virtuális térképén barangolhatunk, s a film egyes helyszíneire érkezve újabb interjúkkal és információmorszákkal lehetünk gazdagabbak. Az „extrákat” képviselő másik menüpont (Trivia) kvízzátékot kínál: a két rossz fiú igazán elszánt rajongóinak adott idő alatt kell megválaszolni-

hivatalos oldalt sikerült újtára bocsátaniuk a **www.italianjobmovie.com** címen. A különféle információkat itt nem a főszereplők által megoldandó ügyekhez, hanem magukhoz a csapatagokhoz rendelték hozzá (a hús-vér főszereplők mellett még a Mini is befért a sorba), s a szinopszison, interjúkon, képeken, videókon és egyebeken kívül fontos apróságokra is szert tehetünk: megtudhatjuk például, hogy egy átlagos természetű felnőtt férfi súlya 6, míg egy új Mini Co-



uk a filmmel kapcsolatos kérdéseket. Mindent összevetve egy közepes információtartalmú, nem túl ötletes, ám izléses és profi honlapot hoztak létre az alkotók, s a promócióhoz egy átlagos akcióvígjáték esetében talán ennyi épp elég is.

Rokon lelkek

1969-ben *Michael Caine* játszotta Az olasz meló című film főszerepét, az ideai remake-ben pedig *Mark Wahlberg*nek jutott Charlie Croker, a trükkös rabló figurája. Miután Croker kis csapatával lenyúl néhány mázsányi aranyrudat egy jól őrzött velencei palazzából, meglepődve tapasztalja, hogy számításába egy ponton hiba csúszott: a banda egyik tagja ugyanis nemmes egyszerűséggel meglép a zsákmánnyal. Charlie és társai a *Charlize Theron* által megformált szőke, modellalkatú macskóslánnyal kiegészülve Los Angelesig követik a tolvajt, és örült tervet dolgoznak ki az arany visszalopására: belepiszkálnak a nagyváros közlekedési rendszerébe, minden idők legnagyobb közlekedési dugóját előidézve, s közben szépen megpattannak mindenhol elférő Mini Cooperjeikkel (természetesen már a legendás kisautó újabb változatával).

A film honlapfelelősei mintha összebeszéltek volna a *Bad Boys* háttér csapatával, olyannyira hasonló szerkezetű

peré 98 aranyrúd súlyának felel meg. A filmelőzetesen kívül más extraszolgáltatást nem nyújt a honlap, ám mindaz elmondható róla, ami a „kollégájáról”: bár nem különlegesen fantáziadús oldallal állunk szemben, a tervezők meglehetősen profizmussal kezelték a feladatot, s a site valószínűleg megfelel majd promóciós feladatának – ennél többet azonban nemigen várhatunk tőle.

}

További filmes oldalak, kritikák, adatok:

Bad Boys II. – Már megint a rossz fiúk

movies.go.com/movies/B/badboys2_2004

www.hollywood.com/movies/detail/movie/379532

entertainment.msn.com/movies/movie.aspx?m=35698

movieweb.com/movie/badboys2

Az olasz meló

www.rottentomatoes.com/m/TheItalianJob-1122662

movies.go.com/movies/I/italianjob_2002

www.insightcinema.org/films_italianjob.html

Behálózva:

*Albert-László Barabási,
a statisztikus fizika kutatója*

„36 éves vagyok. Az Egyesült Államokban tanítok, a Notre Dame Egyetem Fizika Tanszékén. Több témával foglalkoztam, de az elmúlt 4-5 évben a kutatási területem a hálózatok tudománya. Ezt részben a mi csoportunk munkája teremtette meg, és az utóbbi időben, főleg 1999 óta nagyon aktív a fizikán, a biológián és az informatikán belül. Az alapgondolat az, hogy megpróbáljuk a hálózatot rendszerként megérteni, felvázolván, hogy mi a közös a különböző hálózatokban, például a biológiai rendszerekben és az internetben, avagy a társadalmi hálózatokban.”

SZALAY DÁNIEL

{ – Hogyan kezdett a hálózatok tudományával foglalkozni?

– Alapterületem az úgynevezett statisztikus fizika, amely a véletlenrendszerek tulajdonságait próbálja megérteni. Az ebből kinövő klasszikus terület a termodinamika, ahol a részecskék véletlenszerű mozgását próbálják leírni. Ezekből a kísérletekből születtek meg a gáztörvények. Innen pedig már csak egy lépés volt, hogy elkezdjem kutatni: ha nem atomokról és részecskékről, hanem például emberekről és egyéb más egységekről van szó, azok hogyan szerveződnek, milyen kölcsönhatásban vannak egymással, amikor látszólag véletlenszerűen bolyonganak, tevékenykednek.

Az ELTE-n szereztem a diplomát, majd Bostonban a doktori címet. Utána rögtön az IBM kutatóintézetébe kerültem, ahol 1994-től dolgoztam. Az IBM akkoriban megpróbálta magához csábítani a legjobb végzős hallgatókat, és szabad kezét biztosított a kutatásokhoz. Ott szerettem volna behatódni és megismerkedni a számítógépekkel. Használtam ugyan komputert, de nem igazán tudtam sokat róla. Elkezdtem olvasgatni magáról a számítógép-tudományról, és azt tapasztaltam, hogy nagyon sok hálózati jellegű kérdés vetődik fel. Ekkoriban New York Cityben laktam, és sokat gondolkodtam a város infrastruktúráján. Az járt a fejemben, hogy

a föld alatt több millió huzal, kábel, csatorna halad, amely működteti a várost. Úgy láttam, hogy bár a mérnökök számára a hálózat jól meghatározott dolog, mégsem értjük teljesen, hogy az a sok kis részlet hogyan tevődik össze egy egészé. Egy mérnök ugyan pontosan meg tudja határozni, hogy hogyan nézzen ki az elektromos hálózat egy bizonyos házban, de nem látja az egész elektromos hálózatot globálisan. Ugyanezt tapasztaltam a számítógépes hálózatok kapcsán is. Azon kezdtem gondolkodni, hogy mit tudunk magáról a hálózatról mint egy nagy rendszerről, és akkor fedeztem fel Erdős Pál és Rényi Alfréd munkáit, akik még 1960-ban publikáltak néhány korszakalkotó cikket. Felállították a véletlen hálók elméletét, és azt kezdtem újragondolni. A témával kapcsolatosan elkezdtem cikkeket írni, de kezdetben nem jártam túlságosan nagy sikerrel, a különböző területek képviselőitől ugyanis azt a visszajelzést kaptam, hogy ez nem éppen izgalmas téma, és meglehetősen passzívak voltak. Több újság vissza is utasította a cikemet. Aztán egy év után a Notre Dame Egyetem állást ajánlott, ahol egyetemi tanárként egy kutatócsoportot hoztam létre, de több évig nem volt lehetőségem a hálózatok témakörének kutatására. Később egy diákkal közösen kezdtünk alaposabban elmélyülni a témában. 1999 és 2001 között öt cikkünk jelent meg a Nature-ben, valamint egy

a Science-ben. Ezek a publikációk alapszámban változtatták meg a témával kapcsolatos gondolkodásmódot.

– Milyen újdonságot tartalmazott a cikk?

– A dogma szerint, amelyet Erdősék állítottak fel, alapjában véve minden hálózat véletlen jellegű. Véletlenül ismerünk meg embereket. Ezt úgy lehet modellezni, hogy leteszünk sok-sok csomópontot, amely egy-egy embernek felel meg, és véletlenszerűen huzalokat húzunk közöttük. Az így létrejött háló Erdősék szerint néhány különleges tulajdonsággal rendelkezik. Az egyik legfontosabb, hogy nagyon demokratikus, vagyis minden csomópontnak közel azonos számú huzala, azaz ismerőse lesz, és nagyon nehéz olyat találni, amelyik nagyon jelentősen különbözik az átlagtól. 1998-ban ennek az elméletnek a pontjait akartuk ellenőrizni, és ezért egy olyan robotot építettünk, amellyel feltérképeztük a világháló egy részét. Elindeztünk a net egy bizonyos oldaláról, és megnéztük, hogy az adott weboldalról hová lehet eljutni, milyen huzalok léteznek, és azokról hová lehet továbbmenni. Készítettünk egy térképet, egy modellt a világhálóról. Ez volt számunkra az első mellbevágó eredmény, mert azt tapasztaltuk, hogy ez a hálózat semmiképp sem demokratikus. A térkép úgy nézett ki, hogy néhány oldalnak csak kevéske

huzala volt, míg pár helynek akár több millió. A mérés egyik következményeként meg tudtuk jósolni azt is, hogy hány kattintás kell a világháló egyik oldaláról a másikra történő eljutáshoz.

– Ez az, amit úgy emlegetünk, hogy az internet átmérője?

– Egészen pontosan a világháló átmérője. Szeretnék különbséget tenni az internet és a világháló között. A világháló a virtuális háló a weboldallal, lin-

vetkező mérésünk azt mutatták, hogy ez a jelenség nemcsak a világhálón, de más hálózatokon is kimutatható. Például ha a hollywoodi színészek kapcsolódását aszerint rajzoljuk fel, hogy milyen közös színdarabokban játszottak, azt tapasztaljuk, hogy némelyiknek csak kevés huzala van, a sztároknak (de nem minden esetben csak nekik) pedig általában rengeteg. Ugyanez igaz a szakik-ekre is: némelyikre több tízezer hivatkoznak (ezek általában Nobel-díjas emberek munkái), de sokra jóval kevesebb

től kapcsolódnak egymáshoz. Azt is látjuk, hogy ez nem véletlenszerűen történik, ugyanis szívesebben kapcsolódnak az erősebben csatolt csomópontokhoz, tehát a népszerűséget kedvelik. Ugyanez igaz a társadalmi, ismertségi hálóban is, ahol könnyebben kötünk ismeretséget olyan emberrel, akinek már eleve sok a barátja. (Ezt nevezik preferenciális csatlódásnak, amikor inkább erősen csatolt csomópontokhoz kapcsolódunk.)

Az elmúlt három évben azt is felismertük, hogy a társadalom és a technika, a technológia szempontjából majdnem minden lényeges hálózat esetében megjelenik ez a struktúra, tehát például a biológia számára elkerülhetetlen, hogy megértsük a sejten belüli hálót. Kutatócsoportom a Nature című lapban bebizonyította, hogy ez is skálafüggetlen háló, aminek nagyon fontos következményei vannak az orvostudományra nézve, az orvosságok tervezésében. Ugyanígy háló az is, hogy ki hány e-mailt kap és küld egy hónapban. Van, aki havonta több ezer emberrel levelezik, ezek az erősen csatolt csomópontok, de az átlagnál jóval kevesebb levelet vált. Ugyanígy hálónak az internetnek mint fizikai hálózati hálónak a felépítése is: a legtöbb router 2-3 számítógéphez csatlakozik, de van néhány olyan csomópont, amely jóval többhöz. Ilyen a szexuális háló is: a legtöbb egyénnek legfeljebb 10 szexuális kapcsolata van élete során, de akad néhány olyan, akinek nagyságrenddel is több lehet.

– Közismert tény, hogy az internetes keresők nem tudják az összes létező oldalt megtalálni, archiválni. Am ha az internet átmérője 19 kattintás, miért nem képesek a keresőrendszerek fejlesztői a 100 százalékos találati arányhoz közelíteni?

– A baj az, hogy az egész világ van 19 kattintásra tőlünk. Például ha minden csomópont 10 huzallal rendelkezik, akkor tíz a tizenkilencediken (10^{19}) számú oldalt találunk az átlagos távolságban (ha nem számítjuk az ismétlődéseket).



kekkel. Az internet ellenben a számítógépek hálózata, amelyek össze vannak kötve. Nos, mi azt tapasztaltuk, hogy a világháló átmérője 19 kattintás, de még nem láttuk, mi ennek a gyakorlati haszna. A következő cikkünk magyarázta meg az általunk tapasztalt hálózati jelenségeket, és tovább is mentünk. Kö-

a hivatkozás. Magyarázatunk meglehetősen egyszerű volt. Az Erdős–Rényi-féle megközelítésben a csomópontok száma állandó, valójában azonban folyton növekszik. 1991-ben csak egyetlen weboldal volt, mára viszont egy óriási hálóval találkozunk, amelynek szemei újabb és újabb csomópontokon keresz-

Tehát a 19 kattintás nagyon csálóka, mert valóban nagyon közel vannak hozzánk az oldalak, de az is igaz, hogy rengeteg van hozzánk nagyon közel. És hogy ezek ilyen közeliek, még nem jelent azt, hogy megoldottuk volna a tárolásukat.

– Mitől lett ennyire felkapott terület a hálózatok tudománya napjainkban?

– Azt hiszem, azért, mert a társadalom egyre inkább felismeri, hogy a globalizált világ megértéséhez ez fontos lehet. Az emberek évek óta szeretnék megérteni a hálózatok működését, de nem volt meg az ehhez szükséges „nyelv”, csupán az elmúlt 3-4 évben teremtdött meg. Becslésem szerint manapság több mint 1000 kutató foglalkozik a hálózatokkal. Egyébként a kutatási eredmények megszületéséhez fontos mérésekre volt szükség. Csak a számítógépek megjelenésével lett rá lehetőség, hogy a szükséges adatbázisok megszülessenek. Ezek az adatok az ötvenes-hatvanas években még nem állhattak az Erdős-Rényi páros rendelkezésére, nekünk viszont szerencsére több lehetőségünk volt.

– Milyen kutatási eredményekről tud beszámolni? Van-e gyakorlati hasznuk a kutatási eredményeknek?

– Mondok egy példát: tudományos igazgatótanácsi tagja vagyok egy cégnek, amely azzal foglalkozik, hogy feltérképezze az üzleti kapcsolatokat, és ezáltal lehetőségeket juttassa a megrendelőket. Mindez a hálózati struktúra alapos ismeretének segítségével történik. A legfontosabbnak egyébként a Nature-ben 2000-ben publikált cikkünket tartom. Azt elemeztük, hogy mennyire stabilak ezek a skálafüggetlen hálók. Mi történik, ha egy csomópont lerobbán, ha egy router meghal, vagy a sejten belüli molekulák nem úgy működnek, ahogy kellene. Megmutattuk, hogy ezek a hálózatok többnyire robusztusak. Azáltal, hogy néhány csomópont kiesik, még nem dől

össze az egész. Ha valahol meghal egy központ, nem omlik össze a világháló, és legtöbb esetben az emberi szervezete is regenerálódik.

– Ez a terroristák hálózatára is érvényes?

– Jó példa. A terrorháló sem omlik össze, még ha meg is ölik néhány tagját. Ha véletlenszerűen szüntetünk meg csomópontokat a rendszerben, akár azok 50 százalékát kilőjük, a többi rész akkor sem esik szét szigetekre, hanem tovább működik. Ha a háló eléggé csatolt, akkor hiába halnak meg véletlenszerűen a terrorháló vezérei, például *Osama bin Laden*, jön helyette valaki, aki átveszi a helyét a szervezetben.

– Az sem segít a felszámolásban, ha valaki feltérképezi a hálózatot?

– Jó előkészítés, feltérképezés esetén, ha a megfelelő csomópontokat löjük ki a hálóból, akkor néhány találat után az tényleg szétesik darabokra. Olyan darabokra, amelyek már nem tudnak egymással kommunikálni, és tönkremegy az egész rendszer. A hálózatoknak két-töb életük van: erősen robusztusak a véletlen hibák tekintetében, ugyanakkor erősen támadhatók. Az internet esetében ez rossz hír, mert néhány „web-metsző” le tudja rombolni a netet. De az emberi szervezet, a sejtbiológia szintjén jó hír: ha orvosságokat kell gyártanunk, akkor a bacilusokat a megfelelő csomópontoknál kell támadni. Ugyanígy a terroristaháló esetében is elég valószínű módon megtalálni a rendszer kulcs-csomópontjait, és megsemmisíteni. Ezáltal elpusztítható a teljes hálózat.

– Azt olvastam valahol, hogy már az amerikai hadsereg is felfigyelt a kutatásokra.

– Igen, bár hozzá kell tennem, hogy egy szomorú aktualitás vezette rá a kormányzatot kutatásaink, 2000-ben publikált cikkünk fontosságára: a 2001. szeptember 11-ei terrortámadás. Előtte

a cikkeink fontos tudományos eredménynek számítottak ugyan, de a tragédia rávilágított gyakorlati jelentőségükre. Ma már nem egy konferenciának ez a kiemelt témája.

– Milyen jellegű az érdeklődés a hadsereg részéről?

– Egyfelől rengeteg kutatást támogatnak a robusztusabb hálózatok érdekében, másfelől meghallgatják a tanácsainkat: például hogyan védjük meg az Egyesült Államok internetes infrastruktúráját, vagy hogyan szervezzük minél robusztusabb hadsereget. Fontos megjegyezni viszont, hogy a csoportom kutatását nem támogatja a hadsereg.

– A társadalmi és a számítógépes hálózatot egyaránt gyakran veszélyeztetik vírusok.

– Az epidemiológia, a vírusokkal foglalkozó tudomány (a számítógépes vírusok nem kis hasonlóságot mutatnak az orvosi értelemben vett kórokozókkal) egészen két évvel ezelőttig arra az alapgondolatra épült, hogy ha egy vírus erősen virulens, akkor ki fog halni. Ez igaz is, de csak a véletlen hálókban. Egy skálafüggetlen háló esetében a kevésbé virulens vírus is nagyon gyorsan el tud terjedni, és nagy tömegeket tud elérni. Ennek több drasztikus következménye lehet. Először is megmagyaráz jó néhány dolgot. Például az AIDS, amely nem tekinthető túlságosan virulensnek, világproblémává tudott válni 15 év alatt. A kutatás eredménye tudományos javaslatot ad arra, hogy mit lehet tenni a vírusok ellen. A mérések arra utalnak, hogy az egyetlen járható út az AIDS és más hasonló (például számítógépes) vírusok kiküszöbölésére, ha fokozott figyelmet fordítunk az erősen csatolt csomópontokra, ami a hagyományos értelemben vett vírus esetében azokat az embereket jelenti, akiknek rengeteg szexuális kapcsolatuk van. Az egyik legfontosabb ilyen társadalmi réteg a prostituáltaké. A számítógépes vírusok esetében is az erősen csatolt csomó-

pontok védelmére kellene erősebben koncentrálni. Látjuk tehát, hogy mi lehetne a sikeres megoldás: ezeket a csomópontokat kellene megerősíteni. Ezt szimulációval ki is tudjuk mutatni. A baj az, hogy a dolognak nagyon komoly politikai hátulütői vannak, ugyanis a kormányok nem lennének népszerűek, ha az Afrikába küldött óvszereket nem a középértéknek juttatnák el, hanem a prostituáltaknak. Tudományosan viszont látjuk, hogy valójában ez segítené megfékezni a terjedést.

Ha elvonatkoztatunk attól, hogy mi a csomópont, és mi a huzal, megdöbbenő hasonlóságok fedezhetők fel a kü-

sul a hálózatok minden általunk ismert tulajdonságát mutatja: a skálafüggetlen jelleget, az erősen csatolt csomópontok kialakulását, és hogy folyamatosan növekszik, továbbá láthatóak az úgynevezett preferenciális kapcsolódások. A WIW újabb bizonyíték arra, hogy a hálózatnak megvan a törvényszerűségei. Hasonló oldalak persze már korábban is léteztek, például a www.Sixdegrees.com, amely még a kilencvenes évek végén indult, és a kb. egy éve napvilágot látott www.Friendster.com, amely ismereteim szerint máris egymilliónál több embert „hálózott be”.



lönböző hálózatok között. Azt látjuk, hogy az architektúrájuk hasonló. Ez rendkívül izgalmas. Például az előbb említett 19 kattintás megjelenik a sejtben belül is: három reakción belül el lehet jutni bármelyik molekulától bármelyikig. A társadalomban körülből 6 kézfogásra van szükség... Mennyiségileg tehát különböznek egymástól ezek a hálózatok, de minőségüket tekintve nagyon hasonlóak.

– A magyar számítógépes Who Is Who, a WIW.hu is hasonló kutatásra épül.

– Ez egy nagyon érdekes példa, amelynek segítségével kicsiben láthatjuk, hogyan alakul ki egy háló. Ráadá-

– Mennyiben lesz más a jövő internete?

– Technológiailag biztos nagyon sokat fog változni. Gyorsul, módosulnak az eszközök, de egészen biztos vagyok benne, hogy a felépítése szempontjából nem várható változás. A háló jellegéből adódik, hogy nagyon nehéz magát az architektúrát megváltoztatni.

– És mi a helyzet az internetz-vel?

– Az internetz néhány egyetemi kutatóközpontot köt össze, és ezáltal jóval gyorsabb. Egyetemünk állandó jelleggel használja, így tapasztalatból mondhatom, hogy gyorsabb, de a felépítése alapján véve nem változott.

Egyébként az internetz összekötésben áll a hagyományos, kommerciális internettel is.

– Említene néhány oldalt, amelyet gyakran látogat a világhálón?

– Főleg a szakmai oldalakat keresem fel. Két lapot mindennap megnézek. Az egyik a New York Times (www.nytimes.com), a másik pedig az online szakmai linkgyűjtemény, az xxx.lanl.gov. Ott jelennek meg a hálózati új tudományának legérdekesebb cikkei. Azzal kezdem a napomat, hogy megvizsgálom, milyen új anyagok jelentek meg. Ezenkívül tagja vagyok a WIW-nek is. Néha eszembe jut, hogy vajon kik az új ismerősök, és akkor belépek. A magyarországi híreket az Origó (www.origo.hu), az Index (www.index.hu) és a Magyar Hírlap Online (www.magyarhirlap.hu) segítségével követem. Itt említeném meg a saját honlapom címét is, amely az egyetemünk szerverén található: www.nd.edu/~alab.

(A kép a Mdem idők című rádióműsor stúdiójában készült)

– Lesz-e folytatása a Behálózva című könyvnek?

– Egyelőre biztos nem. Ez a könyv nagyon kíváncsított belőlem. Megvolt a kritikus tömegű információk, amit érthetően meg kellett írni. De fő feladatnak továbbra is a kutatást tekintem. Persze amennyiben a következő 4-5 évben megint annyi érdekes eredmény gyűlik össze, nem kizárt, hogy lesz újabb könyv, de ezt most még nem tervezem. }

Üzenet a jövőnek

Tízezer éves óra

Amikor George Orwell megírta negatív utópiáját, az 1984-et, az még a távoli jövőt festette le, amely akár be is következhetett volna. A „millennium bug” vagy más néven Y2K-válság pedig a civilizált, számítógéptől függő világ teljes összeomlásának rémképét vetítette előre. Ám a messzi jövőt senki sem ismerheti előre, mégis mindannyiunkat foglalkoztat. A magunk módján szeretnénk nyomot hagyni a világban, és nehezen viseljük el annak a gondolatát, hogy egyszer nyomtalanul eltűnünk. Az egyiptomi piramisok évezredek óta hirdetik alkotóik nagyságát. De vajon mit tenénk, ha azt a megbízatást kapnánk, hogy állítsunk emléket az időnek? Emléket, amely tíz millenniumon keresztül pontosan jelzi az időt. Egy órát, amely tízezer éven át ketyeg. Utópisztikus? Nem. Ez az óra létezik: a prototípusa 1999. december 31-én elkezdte mutatni az időt.

TAKÁCS BARNABÁS

Idősík

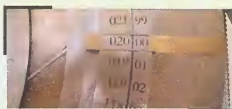
{ Tízezer év az emberi civilizáció szinte teljes történetét magában foglalja. Az egyén számára elképzelhetetlenül hosszú idő, a Föld életében azonban egyetlen szemvillanás. Sokak számára a jövő horizontja mindössze néhány évre terjed ki, a múltat pedig, kivált a történelem leckéit, szeretjük gyorsan elfelejteni. Az idő alapvetően fizikai és csillagászati fogalom. Csupán egyetlen irányban képes haladni, s csak társadalmunk harmonikus működése kívánta meg, hogy ciklikusan ismétlődő egységekre bontsuk. Egy év az az idő, amíg a Föld megkerüli a Napot, a hónap pedig a Hold ciklusait jelöli. Az év 365 napra osztását az egyiptomiaktól örököltük, a nap 24 órája és az óra 60 perce pedig Babilóniából származik. A másodperc már a XVIII. század találmánya, a milli-, a mikro- és a nanoszekundumok használatát pedig a modern elektronika követelte meg. Az idő legkisebb egységei azonban a fizikusokat szolgálják a kvantummechanika folyamatainak leírásában.

Már az ókorban problémát okozott, hogy egy év pontosan 365 napból, 5 órából, 48 percből és 46 másodpercből áll. Ez az oka, hogy négyévente szökőnapokat kell beiktatnunk, és hogy

sohasem sikerült az idő forgását „örökérvényűen” megfogalmazó naptárt készíteni. A három naptári egység – az év, a hónap és a nap – alapjai egymástól függetlenek, és egymással nem összeegyeztethetők. Rosszul összeillesztett fogaskerekként nem tudnak egymáshoz kapcsolódni. A Nílus völgyében élő egyiptomiak tavasz vége felé az égboltot kémlelték, és várták a számukra létfontosságú áradást, aminek a Szíriusz csillag megjelenése után hamarosan be kellett következnie. A mi óráinknak is tízezer éven át az eget kémlelve kell képesnek lennie önmagát újraindítani és beállítani.

Mechanikus szuperszámítógép

Az idő lényegéből fakadóan szorosan kapcsolódik a mozgás és az információ fogalmához. Ezért az ember törekvése, hogy az egyenletes mozgást hasznosítsa, számos meglepő megoldást eredményezett. Mérté az időt égő gyertyával, pergő homokkal, áramló vízzel és lengő ingával. Később, amint egyre pontosabb mérésre volt szüksége, a kvarckristály, majd a céziumatom rezgéseinek számát vette alapul. Az elektronikus



berendezések azonban gyorsan elévülnek, és nehezen javíthatók. Így ahhoz, hogy valami tízezer éven át működtethető és szükség esetén karban tartható legyen, megfelelő módon vizsgálni kell térni a bronzkor technológiájához. Egy mechanikus digitális számítógép pontosan olyan elven működik, mint elektronikus – azaz szilikon alapú – társai. Modern komputerünk legfőbb építőkövei ugyanis a kettes számszrendszerben dolgozó – ún. bináris – logikai kapuk és a memória. Mindkét alapelem valójában nem más, mint egy kétállapotú tároló, amely vagy 0, vagy 1 állapotban van. Ezt nevezik bitnek. Számítógépet tehát bármilyen kétállapotú elemből létre lehet hozni, akár az útszélén talált kövekből... A memória megvalósításához szükséges két állapotot a játsszótérén álló libikóka is tárolni tudja (egyszer fenn, egyszer lejjebb). A számítógép másik eleme, a logikai kapu két egymás melletti libikókának fel meg. Sok ilyen, igen egyszerű rendszer egymáshoz kapcsolva bonyolult számítások elvégzésére képes – megfelelő karbantartással akár tízezer éven keresztül is.

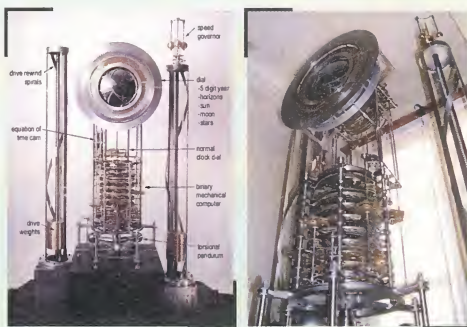
Mérnöktudomány és szociológia

Ha végiggondoljuk, hogyan lehetne bármit megépíteni, ami ilyen hosszú időn át fennmarad, hamar arra a következtetésre juthatunk, hogy az igazi probléma nem az alkatrészek elhasználódása, a korrózió vagy éppen az energiaforrás, hanem az emberek és a társadalom! Ha az óra értékes és mozgatható, akkor darabjait az évszázadok során szétgurcolják. Ha szimbólummá válik, egyszer valaki biztosan úgy fogja érezni, hogy el kell pusztítani. Az óra egyetlen esélye az, ha nagyméretű, és értéktelen anyagból készül – mint Stonehenge vagy a piramisok.

A mechanikus szuperszámítógép elképzelése és a szociológiai megfontolások alapján az óra tervezői három alapelvet határoztak meg. Az első a *tartósság*, amely azt mondja ki, hogy kevés karbantartás mellett az óra pontosan mutassa az időt az elkövetkező tíz évezreden át. Ennek megvalósításához az szükséges, hogy a szerkezet lassan mozogjon, lehetőleg ne legyenek súrlódó alkatrészei, ne koszolódjon könnyen, maradjon száraz, bírja jól az időjárás viszontagságait és a Föld változó klímáját, álljon ellen az erős földrengésnek, és elsősorban legyen védett a szándékos rongálással szemben, illetve ne vonzza a tolvajokat. A második alapelv a könnyű *karbantartathatóság, javíthatóság és érthetőség*. Ha például az órát évezredekken át elrejtik, és a jövő régészei megtalálják, miként fejtik majd meg, hogy hogyan működik, és hogyan lehet ismét elindítani? Ehhez ismert és könnyen előállítható anyagokból kell készíteni, világossá téve az egyes alkatrészek funkcióit és kapcsolódási módját, s valahogy egy univerzális nyelven írott kézikönyvet is mellékelni kell az újraindításhoz. Ezek a kívánalmak az ismert emberi kultúrák közül a bronzkor technológiájának felelnek meg. Végül a harmadik szempont az, hogy az óra szerkezete folyamatosan *továbbfejleszthető* legyen

a működés megzavarása nélkül, és kisméretű prototípusa nagy méretben szintén működőképes legyen.

Az óra prototípusa 1999 szilveszterén kezdett el működni, a monumentális méretű végleges verziót pedig a nevadai sívagyban, a Great Basin Nemzeti Park vakítóan fehér mészkő szikláiban kialakított barlangban fogják elhelyezni. Hogy sikerül-e a tervezőknek céljukat megvalósítani, talán sohasem tudjuk meg. A Long Now (Távoli Jelen) Alapítvány tagjai azonban kétségkívül érdekes kísérletre vállalkoztak, amikor az évek során végiggondolták az időmérés, az energiaforrások, a számlálók és kijelzők egész seregének különböző variációit. Az eredmény egy futurisztikus kinézetű „csillagóra”, amely *Leonardo da Vinci* XV. századi tervei között is szerepelhetett volna. A három fő modul – energiaforrás, időmérő mechanizmus és kijelzőegység – egy torony nagyságú, monumentális szobor, amelynek belsejébe az



érelkődők szabadon bemehetnek majd. Az energiaforrás a gravitáció. Az időmérést egy rugós inga alapú oszcillátor végzi, amelynek pontatlanságait a Nap mindenkori állása alapján az óra folyamatosan korrigálja. Végül pedig a kijelzőegységet egy mechanikus elemekből felépített, „digitális” logikai számláló alkotja, amely az égi objektumokat, az éveket, illetve az évszázadokat ábrázoló hat, egymásba ágyazott gyűrű segítségével jelzi a pontos csillagászati időt.

Egyfajta templom és zarándokhely lesz ez, amely az időnek és az emberi zsenialitásnak állít univerzális emléket. Alkotói szerint képes lesz évezredekben át működni, és az emberiiség, a XXI. század szellemiségét a jövő kultúrájának elmesélni. Ha az óra nem is, de az információ biztosan halhatatlan. Az elvezumban csak a bitek örök életűek. }

Kapcsolódó webcímek:

Long Now Foundation: www.longnow.org

Great Basin National Park: www.nps.gov/grba

Számítástechnika óvodáskortól

A számítógép mára szervesen beépült életünkbe, mindennapjainkba. Így a vele való barátkozást nem lehet elég korán kezdeni, a gyermekek ráadásul nagyon fogékonyak a digitális világra, ha azt a megfelelő formában mutatjuk be nekik. A Bluefish Computers Kft. Teréz körüli boltjában olyan számítógépes környezetet alakított ki, amely az óvodások és a kisiskolások, valamint a szülők és a pedagógusok számára lehetőséget nyújt a kisgyermeknek kifejlesztett terminál és készségfejlesztő programok kipróbálására. A PiCi Kuckó névre keresztelt helyiségben mindenki meggyőződhet a gyermekbarát informatika hatékonyságáról és pozitív hatásáról.

F A mostani gyerekek készségszinten ismerik majd azt, amire a mai felnőttek nagy része még idegenkedve tekint. Az is fontos, hogy a felnőttekben meglévő idegenkedés ne akadályozza a gyerekek fejlődését. A bemutatóteremben az övönök és a szülők megbizonyosodhatnak a terminálok műszaki és a készségfejlesztő programok pszichológiai biztonságáról.

anyagot oktatnak. A Manó Évilíviában például mintegy 230 növény- és állatfaj mutatkozik be szellemes narrátorszöveg kíséretében, állathangokkal és filmbetétekkel színesítve. A multimédiás alkalmazások maximálisan lekötik a gyerekek figyelmét. A tananyag feldolgozása játékos formában történik, észre sem veszik, hogy tanulnak.



gosságáról – hangsúlyozta a sajtótájékoztatón *Balogh György*, a Bluefish vezetője.

Az övodásban a számítógépes oktatóprogramok kiválóan alkalmasak a gyermekek figyelmének, koncentrációjának, kitartásának fejlesztésére. Ez azért fontos, mert iskolakezdéskor a leggyakoribb probléma a koncentrációképesség hiánya. A programok emellett a memóriát, a logikát és a tér-látást is fejlesztik.

A bemutatón jelen lévő óvodások mindenesetre élvezték a számítógéppel való „játékot”. *Borsádi Donát*, a Manó sorozatot fejlesztő Profi-Média Kft. ügyvezető igazgatója fontosnak tartja az olyan feladatsorokat, programokat, amelyek tan-

Az iskolában a számítógépeket az esetek többségében csupán a számítástechnika oktatására használják. Hasznos lenne, ha emellett a gyerekek azt is megtanulhatnák, hogyan használhatják a számítógépet a mindennapi életben „munkájuk” megkönnyítésére. Meg kellene mutatni nekik, hogyan szerezhetnek információt, hogyan könnyíthetik meg a tanulást. Meg kellene velük ismertetni azt a 30-40 magyar nyelvű programot, amelynek segítségével könnyebben és hatékonyabban tanulhatnak. A tapasztalatok azt mutatják, hogy az órák hatékonysága nagymértékben növelhető a számítógépek használatával.

A PiCi Kuckó Budapesten, a Teréz körút 47. alatt található.

Konferencia és kiállítás

2003. november 12-13.

BALATONALIGA

FŐVÉDNÖK:

Kovács Kálmán

informatikai és hírközlési miniszter



E-MAGYARORSZÁG, E-KORMÁNYZAT 2003

A kormány, az önkormányzatok, a közigazgatás és az üzleti szektor párbeszédében kiderül, hogy:

- az egy évvel ezelőtti **E-Magyarország, e-kormányzat** konferencián elhangzott tervek közül mi valósult meg az információs társadalom és gazdaság építése terén;
- jutottunk-e előrébb az e-Európának való megfelelésben;
- a konferencián megfogalmazott ajánlások segítettek-e a döntéshozóknak a jó és gyors megoldások megtalálásában?

Szóljon bele Ön is!

FOGALMAZZUK MEG EGYÜTT, MELYEK A LEGSÜRGETŐBB TEENDŐK
A TUDÁSALAPÚ, FEJLETT TECHNOLÓGIÁJÚ TÁRSADALOM ÉS GAZDASÁG ELÉRÉSÉHEZ!

PARTNEREI LESZNEK:

A kormány részéről: Kovács Kálmán, Magyar Bálint, Kiss Péter miniszterek, Nagy Sándor, Szekeres Imre, Szanyi Tibor, Tóth Zoltán államtitkárok, Rogán Antal, Molnár Gyula, Bóka István honatyák. **A gazdaságból:** Koji László, Mosonyi György, Demján Sándor, Bolyki János, Kóka János kamarai, szövetségi vezetők, valamint az IT-szektor élénjáró cégeinek vezetői: Fodor István, Beck György, Drajkó László, Vityi Péter, Kürti Sándor, Czákó Ferenc, Érdi-Krausz Gábor és még sokan mások. **Az oktatás, a tudomány képviselői:** László Ervin, Chikán Attila. **Ott lesznek:** a polgármesterek, a közigazgatási vezetők is.

A konferencián a párbeszédre, fórumokra helyezzük a hangsúlyt!

Az E-Magyarország, e-kormányzat, 2003 konferencia és kiállítás páratlan infokommunikációs technológiát és technikát használ.

RÉSZLETES TEMATIKA ÉS JELENTKEZÉSI FELTÉTELEK, VALAMINT TÁMOGATÁSI FELTÉTELEK
A **WWW.PIACSPROFIT.HU** ÉS A **WWW.E-MAGYARORSZAG.HU** WEBLAPON LETÖLTHETŐK.
INFORMÁCIÓKÉRT FORDULJON A KONFK@PIAC-PROFIT.HU-HOZ, ILLETVE KERESSE DEMCSÁK KATALINT: 239-9597, 239-8401



HVB Bank



matáv

Microsoft

SYNERGON



SIEMENS



A KONFERENCIA
KOMMUNIKÁCIÓS
PARTNERE:



Piackutatás a marketing szolgálatában

Ma, amikor a gyors technológiai fejlődés következtében gombamód szaporodnak a marketingcsatornák, lassan külön tudományá válik, hogy melyik akcióhoz melyiket választjuk. A döntés természetesen függ a célközönségtől is, attól, hogy az milyen arányban birtokolja a csatornán keresztül érkező üzenetek, ajánlatok fogadásához szükséges eszközöket, illetve használni is képes-e azokat, valamint bizalommal van-e irántuk. Ezért a HTE idén is megrendezett Távközlési és Informatikai Marketing Fórumán az előadásokban kiemelt szerepet kapott a piackutatás és -elemzés, a marketingkommunikáció módja és az alkalmazott megoldások, valamint a célközönséggel, az ügyfelekkel való hatékony kapcsolat kialakításának és menedzselésének immár évek óta napirenden lévő kérdése.

FEKETE GIZELLA

{ Az ismert statisztikai adatokat ritkán látni egymás mellett, s bár a tendenciákat tekintve jelentősen nem térnek el egymástól, mutathatnak némi különbséget az alkalmazott módszertantól függően.

Pócsik Ilona, a Reklámvilágszövetség Magyar Tagozatának elnöke előadásában kiemelte, hogy a mobiltelefonok használóinak száma az év végére vonatkozó előrejelzéseket figyelembe véve 1995 óta csaknem harmincszorosára, 265 ezeről 7,7 millióra nőtt, míg a vezetékes vonalak száma 2002-ben csupán 3059 ezer körüli volt, többségük (2693 ezer) egyéni előfizetői. Az internet azonban – bár vannak kedvező jelek, s a kormányoldal is megmozdulni látszik – talvaly 446 ezer előfizetőjével (36% munkahelyi, 31% otthoni, 24% iskolai, 10% egyéb) még mindig a hazai infokommunikáció sereghajtója.

LAKOSSÁGI TENDENCIÁK

A lakosság távközlési szokásainak változásával a Hírközlési Felügyeletől Király Péter foglalkozott, a Szonda Ipsos által készített felmérésre támaszkodva. Az 1600 – többségében egy 12–14 éves gyereket nevelő – család körében végzett felmérés adatai alapján 73,3% a vezetékes és 63,2% a mobiltelefonnal, valamint 55,2% a kábeltévével ellátott ház-

tartások aránya, de mindössze 7%-ukban használják az internetet. A felmérés résztvevőinek nagyobb hányada (70%) többféle telekommunikációs eszközzel rendelkezik, és a csoporton belül a legnagyobb hányadot, az összes ház-

a legkevesebb kiadással (2162 forint/hónap) pedig a kábeltévé fenntartása jár. Az internetszolgáltatásra – a vezetékes telefont megelőzve – 6094 forint/hónap esik. (Ezek csupán megközelítő, a telefonos megkérdezésre épülő adatok.)



Prónay Gábor, a fórum szervezőbizottságának elnöke Sashegyi Zsuzsannának, az IHM képviselőjének adta át a különdíjat

tartás mintegy egynegyedét a vezetékes és mobiltelefonnal, valamint kábeltévével is felszerelték képviselik. A költségek tekintetében 9939 forint/hónappal a mobiltelefon viszi a prímet,

Mobiltelefon a családok kétharmadánál található, a 17 éves gyereket nevelőknél ez az arány 90%. Az internetre előfizetők alig több mint fele tudja, hogy támogatott-e államilag az otthoni

világháló-használat, és mindössze a számítógéppel rendelkezők egynegyedének van internet-előfizetése.

EGYÉNI HOZZÁÁLLÁS

Ma, amikor oly sok szó esik az információs társadalomról, nem hiábavaló az internet megítélését és az ezzel kapcsolatos ismereteket, attitűdöket vizsgáló – elsősorban életkor, régió és végzettség szerint szegmentált – kutatásorozat. A Nemzeti Hírközlési és Informatikai Tanács megbízásából a D&T Marketing Kutató és Tanácsadó Iroda

moly ellenérzései vannak, hozzáállásuk évek óta szinte változatlan. Az e-szolgáltatások előnyeinek egyértelművé válásához konkrét tájékoztatásra van szükségük arról, hogy pontosan milyen helyzetekben jelent számukra segítséget az új eszköz, szolgáltatás.

KIK LÖGNAK A NETEN?

Az internethasználat régióként is eltérő, de jelentős mértékben inkább településtípusonként mutathatók ki különbségek. Regionálisan a számítógép, a nyomtató, a kábeltvé és az internet

dás és az e-mail viszi a pálmát. A gyakori használat között nagyobb az internetet hivatalos formanyomtatványok letöltésére és vásárlásra használók aránya. Ugyanakkor a megkérdezett felnőttek 83%-a még soha nem vásárolt a neten. Az internetezés helyszíne a felnőttek esetében főként a munkahely, a gyerekeknél az iskola; a nyilvános internetezőhelyeket és más felhasználási helyszíneket a megkérdezettek nem részesítették előnyben.

Fontos megállapítása a kutatásnak, hogy a társadalomban nincs éles ellentét az infokommunikációs eszközök terjedésével, használatával szemben, a tartózkodás legfőbb oka az anyagiakban keresendő. Ennek megszüntetése érdekében továbbra is az állam tehetne a legtöbbet, hiszen, mint az eredmények mutatják, a társadalomban az állami eszköz-, illetve szolgáltatástámogatás intenzitásának növekedése iránt megfigyelhető egyfajta várakozás.

A HÍF által megrendelt, a Teleszkóp által 2002-ben elvégzett, a lakossági internethasználatról szóló kutatásból is az derül ki, hogy a támogatás jelenti a kulcsot, amely közvetlenül a felhasználóknak kellene adni. Közülük ugyanis sokan úgy érzik, hogy a közvetett támogatások inkább a gyártóknak és a szolgáltatóknak kedveznek. Az ismeretek szintjén pedig nem a lexikális tudásra, hanem az internetes kultúra elterjesztésére kellene helyezni a hangsúlyt.



A Matávtól Gergely Ildikó vette át az év infokommunikációs alkotásáért járó serleget

2000 fő megkérdezésével elvégzett, az internethasználat mértékét, az e-közigazgatáshoz való viszonyt felmérő kutatásának eredménye azt mutatja, hogy a lakosság a kapcsolattartás, a munkavégzés, a mindennapi megszervezése, a fiatalság pedig a játék és a szórakozás érdekében nyitott az újításokra, fordul az információkat megkönyvítő megoldások, szolgáltatások iránt nagyon fogékonyak, de az e-vásárlással szemben – az adatbiztonságot illető bizalmatlanság és a vásárlás kézzelfoghatóságának hiánya miatt – még mindig ko-

használatában nagyok az eltérések, településtípusra vonatkoztatva a legérdekesebb eredmény a 100 ezres lélekszám feletti városok lakóinak a fővárosiakénál intenzívebb eszközhasználat.

Az internethasználat (a kutatás idejét megelőző három hónapban valamilyen webes megoldást alkalmazók) aránya a lakosság egészére vetítve 25%, a 14 éven aluli gyerekek körében ez az arány 42%, míg a felnőtteknél 22%. Demográfiailag az átlagosnál kvalifikáltabb, nagyvárosi, magasabb jövedelmű, fiatal szellemi foglalkozásúak számíthatnak intenzív internethasználatóknak. A felnőttek 56%-a naponta legalább 1-2 órát ül a számítógép előtt, és a háló felhasználási területei közül az informálódás, a tájékozó-

A BIZTONSÁG TERÉN: BIZONYTALANSÁG

Az internetező lakosság adat-, illetve internetes biztonsággal kapcsolatos véleményét a Teleszkóp 2003 augusztus második felében 512 tizenhat éven felüli személyt megkérdezve mérte fel. Ennek eredményei alapján a világhálót használók az internetes biztonsággal közepesen, míg az adatbiztonsággal ennél kevésbé elégedettek. Gyakori a személyes adatokkal való visszaélés, minden ötödik megkérdezett kap kértlen reklámot, és gyakoriak az értekezési célú telefonhívások.

A mintában szereplők közel egyharmada fogalmazott meg az elektronikus

biztonsággal kapcsolatos negatív vélemény. A leggyakoribb gondként a felesleges időrafordítást említették (35%), de minden tizedik megkérdezettnek anyagi, 6%-nak pedig helyrehozhatatlan kára is származott. Mindössze 11%-uk válaszolt igennel arra a kérdésre, hogy megadná-e személyes adatait az interneten, másik 11%-uk feltételhez kötné, több mint háromnegyedük pedig teljesen elzárkózik tőle. Legkritikusabbnak a fájlok letöltését tartják, de igen veszélyesnek ítélték a chatet, a levelezést és a böngészést is. A neten keresz-tüli vásárlás ebben a kontextusban kö-zepesen veszélyesnek bizonyult (ez némileg ellentmond az adataikat megad-ni nem kívánók arányának – a szerk.). Csaknem 80%-uk kapott már kéretlen levelet, 50% feletti az interneten keresz-tül vírussal fertőződötték aránya, és több mint egytizedük észlelt már bető-rést. A vírusinváziót a megkérdezettek jelentős hányada ingyenesen letölthető szoftverekkel igyekszik féken tartani, a fizetős verziókat előnyben részesítők aránya az ilyen programot használók egynegyede.

ÁTALAKULÓFÉLBN

Manapság előszeretettel használjuk az infokommunikáció kifejezést, de nem mindenki tudja, mit is takar. *Laczkó Tóth Gergely*, a UPC Magyarország értékesítési és marketingigazgatója az információ tárolását, kezelését, elérését és prezentációját magában foglaló infokommunikációs technológia definíciója felől közelített a kérdéshöz. Az illetet alkalmaszó vállalatok nevezhe-tők infokommunikációs-nak, vagyis szá-muk tulajdonképpen végtelen. Az infokommunikációs piac látható, illetve 2003-ra prognosztizálható változásai kö-zött – a mobiltelefon-szegmensben várható további növekedésen túl – az állami beavatkozás, az e-gazdaság irá-nyába tett lépések révén elsősorban a széles sávú internet penetrációja indul gyors növekedésnek. De – a Sulinet és más kedvezményes állami PC-akciók kö-zvetkésében – nő a PC-k egy főre eső száma is, és lassul a vezetékestelefon-

szegmens visszaesése. Mindez hang-súlyeltolódáshoz vezet a piacon: az ed-digi tömegszolgáltatást a szegmentá-ció, a keresleti piacot a kínálati, a helyi (regionális) piac dominanciáját a nem-zetközi elsőbbsége váltja fel. Erősö-dik az eddigi minimális szabályozás, a panaszkezelést, a reaktív marketinget és az image-építést a CRM, a proaktív és

... a társadalomban nincs éles ellenállás az infokommunikációs eszközök terjedésével, használatával szemben, a tartózkodás legfőbb oka az anyagiakban keresendő. Ennek megszüntetése érdekében továbbra is az állam te-hetne a legtöbbet...

az akvizíciós marketing váltja fel, s a ko-rábbi alacsony szintű együttműködés ellenében a stratégiai partnerségé lesz a vezető szerep.

VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓ

Az elmúlt években az üzleti életben me-galmazott kommunikációs csatorná-kban jelentős változás ment végbe, és ez még most is tart. Mára például – ahogy *Gáncsos Nikolett*a, a Matáv előadója is említette – az üzleti életben szinte ver-senyhelyzet alakult ki az e-mail és a beszéd alapú kommunikáció kö-zött. A vállalatokon belül és az ügyfélkapoc-slatokban is egyre többet használjuk az elektronikus levelezést. A Matáv felmé-rése szerint a következő két év során a munkatársakkal való kapcsolattartás-

ban a nagyvállalatoknál az e-mail szere-pe nő majd a leginkább.

A távmunka, a mobilmunka kommu-nikációs eszközének változásában nagyvállalati szinten az e-mail (40%), közép- és nagyvállalatoknál pedig a mobiltele-fon (57%) felé billent a mérleg nyelve. Külföldi üzleti partnerek esetében mindkét vállalatméretnél az e-mail do-minanciáját jelezte a megkérdezettek 65%-a, s ezt szinte nagyságrenddel le-maradva követi a vezetékes (8–5%) és a mobiltelefon (5–7%).

Végszó

A gombamód szaporodó felmérések többé-kevésbé reális képet adnak a ha-zai helyzetről. A gyors reagálás – a fentiekben nem csupán szolgáltatató-ként, gyártóként, de az említett techni-kák, kommunikációs csatornák, szolgál-tatások igénybe vevőiként is részt vevő – cégek marketing- és értékesítési ver-senyből remélhetőleg az ügyfelek az profitálhatnak. A Távközlési és Infor-matikai Marketing Fórum évről évre er-re is igyekszik odafigyelni, többek kö-zött ezt is szolgálja a tavaly első ízben kiírt Az Év Infokommunikációs Alkotása elnevezésű marketingdíj, amelyre infokommunikációs technológiára épülő termékek vagy szolgáltatások si-keres piacra vitelével, a kommunikációs és értékesítési kultúra fejlődését támo-gató-elősegítő eljárások, eszközök be-mutatásával, valamint vevőkiszolgálást támogató alkotások megvalósításával lehetett pályázni. A zsűri a pályázat el-bírálasakor – a kitűzött célok teljesü-lésének mértéke, a pályázat marketing-tapasztalatainak mennyisége és minő-sége, illetve a pályázat kidolgozottsága mellett – a tárgyat képező alkotás tár-sadalmi hatását is figyelembe veszi. A díjat idén a Matáv Rt. nagy forgalmú lakossági előfizetők számára kialakított „Sokatmondó díjszomgaj”-jának marketingkommunikációja nyerte. Az Internet Népszerűsítéséért elnevezésű különdíjat az internethasználatot elő-segítő, szemléltetőmunka kampányáért az Informatikai és Hírközlési Minisztérium kapt.

Magad uram, ahogy eddig is...

Értékes lesz-e az EU-ban a minőség?

A versenyszférában és a kormányzati körökben egyaránt úgy vélik, hogy az EU-csatlakozás potenciális vesztesei a közép- és nagyvállalatok lehetnek. Kevésbé egyértelmű azonban, mit tehetnek fennmaradásukért maguk az érintettek, illetve milyen mértékben meghatározó a társadalmi, gazdasági, közigazgatási környezet. Ma még nem látszik minden tendencia, de az biztos, hogy a közepes méretű hazai cégek többsége önmagára hagyatkozva vívja harcát. A tizenöt éve piacon lévő, a humánerőforrás-menedzsment és a bérügyvitel informatikai, szakmai támogatásában az élvonalba tartozó Nexon Kft. ügyvezető igazgatójával, Ocskay Szilárdval a közép- és nagyvállalatok, köztük a részterületekre specializálódott informatikai szolgáltatók fennmaradásának esélyeiről, az EU-csatlakozás kapujában célszerű cégstratégiáról beszélgettünk.

FEKETE GIZELLA

– Milyen kedvező, illetve kedvezőtlen változásokkal járhat az Önökhöz hasonló cégek számára az EU-csatlakozás?

– Az EU-csatlakozás pártján állunk, de nem gondoljuk, hogy az hirtelen alapvető változásokat hoz akár a hozánk hasonló cégek működése, akár a hazai gazdaság egésze tekintetében. Számos apróbb negatív hatással azonban már a kezdetektől számolnunk kell. Várhatóan – a hazai szereplők számára nyilván kedvezőtlenül – inkább a magyar piacon jelennek meg az EU-ból jövő vállalkozások, mint fordítva. Bővül a piac, de nem a minőségben és az értékarányokon alapuló, klasszikus versenykeretek közötti, hanem művi beavatkozásokkal befolyásolt rivalizálásról beszélhetünk, így a csatlakozást követő első időkben nem a jó termék, a jó szolgáltatás és az alacsony ár lesz a döntő az erősödő versenyben.

– Hogyan látja, segíthet-e a fentiekben a pályázatok mai rendszere? A kiírások alkalmazhatók-e a valós viszonyokra?

– A régiószintű, illetve infrastruktúrális fejlesztések pályáztatása feltétlenül. Ezek a támogatások egy adott térség tényleges fejlődését segítő

konkrét célok érdekében történnek, az ott élők számára szinte kézzel foghatóan nyomon követhetők. Így a külső kontroll következtében van némi esélye, hogy valóban a teljesítményben,

nyerik el, hanem a mostanában kialakult szolgáltatási ágban, a pályázati írásban jeleskedők. Másrészt a források felhasználásának kontrollja is adminisztratív, bürokratikus módszerrel



Fotó: Walkó Boglárka

minőségben, árban legjobbak jussanak munkához a pályázatok, illetve tenderek révén.

A versenyszféra pályázatokkal való támogatása véleményem szerint teljesen elhibázott módszer. Egyrészt a forrásokat nem feltétlenül a valós teljesítményt felmutató vállalkozások

rekkel történik, s nem képes arra, hogy kizárólag a ténylegesen létrehozott gazdasági értékeket támogassa. Sze- rencesebb lenne a hazai cégeket más módszerekkel – például megfelelő adótörvényekkel, hitellehetőségekkel – egyenlő versenyfeltételeket terem- ve elindítani az EU-ba.

– Az informatikában és a gazdaság más területein munkálkodó KKV-k helyzete eltér-e akár a pályázatok, akár az EU-csatlakozás szempontjából?

– Az informatika és a kapcsolódó szolgáltatások mára beépültek a társadalomba és a cégek életébe. Az a tapasztalatunk, hogy az informatika területén a pályázatok csak az összetett, nagy projekteket támogatják – minden összetartozónak vélt szoftveres, hardveres és telekommunikációs fejlesztést együtt kell

– Az arra alkalmas területeken – például a Nexon portfóliójában ilyen a bérügyvitel – a termékeladás helyett Magyarországon is a sokkal hatékonyabb és költségkímélőbb szolgáltatások kerülnek a fókuszba, azon belül is az outsourcing és az ASP. Specializált informatikai szolgáltatóként a Nexon számára a külföldről érkező, a hazai környezetben még tapasztalatlan konkurenciával szemben ez a stratégia jelenthet a csatlakozás után is versenyelőnyt.

jelentős hányada már nagy sebességgel, széles sávú eléréssel rendelkezik.

Nem hagyjuk figyelmen kívül az EU-s pályázatokat, de nem ezekre alapozzuk megélhetésünket. Továbbra is a magyar viszonyokhoz igazított, az eddigieknél is jobb termékekkel és kedvezőbb áru, még magasabb színvonalú szolgáltatásokkal kívánjuk meglévő és jövőbeni ügyfeleink mind teljesebb körű és rugalmasabb kiszolgálását biztosítani. Az EU-csatlakozást követő erősödő versenyben is igyekszünk az országos átlagot meghaladó fejlődésünket, az évenkénti 20–40 százalékos bevétel-növekedésünket külső segítség nélkül is biztosítani, remélve, hogy ezt idővel klasszikus versenyfeltételek között tehetjük meg.

– Milyen a mai ügyfélösszetételük, és várható-e ebben változás?

– Minden ágazatból vannak ügyfeleink, a legkisebbektől a legnagyobbakig, de szolgáltatásunk jellegéből fakadóan a közép- és nagyvállalatok az elsődlegesek, s azok maradnak a jövőben is.

– Milyen lesz Ön szerint a csatlakozást követően a hazai és a külföldi fejlesztésű szoftverek piaca?

– Valószínűleg romlik majd a hazai fejlesztésű programok helyzete – remélem, nem drámaian. A rendszerváltást követően állandóan változó gazdasági és jogi feltételek miatt alkalmazkodóképességre tettünk szert, ami versenyelőnyt jelent a multinacionális cégek termékeivel, illetve szolgáltatásaival szemben. Évente gyakran tizenöt-ször változtak a bérszabályok és az adatszolgáltatási kötelezettségek – ami mindannyiszor szoftvermódosítással járt együtt –, s ehhez képest az EU kapcsán bejövő változások előreláthatólag nem sokkolnak majd minket, rutinunk várhatóan előnyként jelentkezik.

Ugyanakkor minden vállalkozó számára kedvező lenne, ha a jövőben a kormányok kiszámítható gazdálkodásra alkalmas közeget teremtenének, és a humánügyvitelben tapasztalható központosítási elképzeléseiket nem a jó megoldások és a legjobb hazai szolgáltatók teljes kizorításával végeznék.



megvalósítani –, és ezekre általában nem a KKV-k pályázhatnak eséllyel. A vállalatok nagy része azonban a beruházásait, még átfogó informatikai fejlesztéseit is lépésenként kívánja megvalósítani. Ezt a stratégiát viszont a pályázati kiírások nem igazán támogatják, így a KKV-méretű, illetve a szakosodott informatikai szolgáltatóknak nem túl sok lehetőségük nyílik központi források megpályázására.

– Ilyen körülmények között milyen stratégiát követ egy specializált informatikai-gazdasági szolgáltatást nyújtó hazai közép vállalat, jelen esetben a Nexon?

A humán erőforrás-gazdálkodáson és -ügyvitelen belül a dolgozók felvétele, képzése, karrier-, utódlás- és teljesítményértékelése elsősorban termék-támogatást igényel, a munkaidő-nyilvántartás, a cafeteria rendszerek üzemeltetése ASP-ként vehető igénybe, a bérügyvitelt pedig outsourcingban célszerű elvégeztetni. Stratégiai szinten a három közül ez utóbbi a leghangsúlyosabb.

A Nexon az interneten keresztül is kínálja szolgáltatásait, s ahogy honlapunk látogatási és letöltési statisztikáinak elemzései is igazolják, ügyfeleink

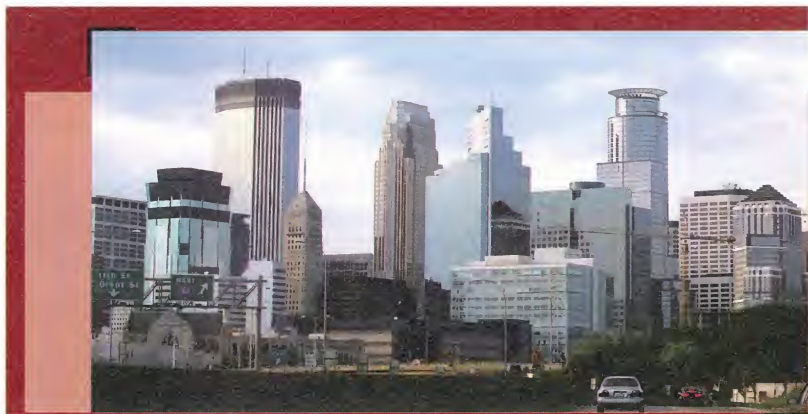
Inkubátorház az amerikai piac meghódításához

Október elsején ünnepélyes keretek között nyitották meg Virginiában az úgynevezett HTEC (Hungarian Technology Enterprise Center) irodát, amelynek küldetése, hogy segítse a magyar technológiai cégek bejutását az amerikai piacra. Az iroda amerikai létrehozói az American Hungarian Executive Circle tagjai, olyan magyar (vagy magyar származású) szakemberek, akik amerikai nagyvállalatoknál vezető pozícióba kerültek, és kapcsolatrendszerük kiterjed az egész amerikai gazdaságra.

{ A műszaki központ hazánk első kísérlete, hogy kiterjessze iparát az USA piacára. A kiválasztott vállalatok inkubátorként használják majd az irodát az egyesült államokbeli kapcsolatok kialakításához. Az első évben hat cég fog berendezkedni a műszaki központban, amelyet a magyar kormány is használ majd annak érdekében, hogy megismertesse hazánkat a Közép-Európában beruházni kívánó amerikai vállalatokkal.

„Magyarország azért választotta a Fairfax megyei helyszínt, mert Virginia állam elismert mint műszaki forrásközpont, és mert közel van Washington D. C.-hez, valamint a keleti parti piacokhoz. Kiváló lehetőség a magyarországi műszaki vállalatoknak arra, hogy terjeszkedjenek” – nyilatkozta Simonyi András nagykövet.

Az állami támogatás lehetőségeiről Suhajda Attila a következőket mondta: „A magyarországi kis- és középvállalkozá-



Az ünnepélyes megnyitón *Simonyi András* nagykövet, *Csepeli György*, az IHM államtitkára, *Kürti Sándor*, az IVSZ alelnöke és az amerikai piacra aspiráló más cégek vezetői képviselték hazánkat. A megjelentek között ott voltak az Egyesült Államok fő hivatali tisztségviselői, közöttük *Gerald L. Gordon*, a Fairfax Megyei Gazdaságfejlesztési Hatóság elnöke és ügyvezetője is. A HTEC vezetésére *Suhajda Attila* kapott megbízást.

„A területünkön található 4800 műszaki vállalat és községünk Washington D. C.-hez kitűnő kiindulási bázisként szolgál a külföldi cégeknek ahhoz, hogy megvessék lábukat az USA-ban” – mondta *Gerald L. Gordon*.

sok segítségét célzó programban a cégek három év alatt maximum 100 ezer euró értékben kaphatnak piacra jutási támogatást, ha a költségek felét maguk állják. A pályázók a támogatást nem pénzben, hanem szolgáltatásokban kapják. A HTEC a magyar cégek számára is elérhető oktatási hátteret szeretne biztosítani a virginiai George Mason Egyetem segítségével, amelynek Incubator America programja több mint 120 tanfolyamot kínál az amerikai piacra induló vállalkozásoknak.”

„A találkozó hangvétele szívélyes és az eseményhez méltó volt. A virginiai csúcstechnológiai közösség egyértelműen be-

fogadta Magyarországot” – nyilatkozta munkatársunknak Arpad G. Toth, az American Hungarian Technology Center igazgatóságának tagja, aki (Horváth Lászlóval, az ActiveMedia igazgatójával és Geroe Mihállyal, a Williams Mullen Clark & Dobbins jogászvállalat partnerével, valamint másokkal együtt) sokat tett az IHM védnöksége alatt megnyíló HTEC-iroda létrehozása érdekében.

„A következő teendő a küldetésre megfelelő vállalatok és je-löltek kiválasztása” – folytatta Arpad G. Toth. „Nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy csak és kizárólag a legjobb ötletek és a legtehetségesebb, illetve legkitartóbb munkavégzésű egyének esélyesek a sikerre. A feladat olyan kutatási témák ki-alakítása, amelyek elnyerhetik az Egyesült Államok kormányá-nak pénzügyi támogatását, valamint olyan új termékek és szolgálatások kidolgozása, amelyek kielégítik az egyesült ál-lamokbeli piaci igényeket. Azonnali jutalom helyett azonban tehetséges tudósok és hozzáértő mérnökök által végzett ke-mény munkát várhatunk. A csúcstechnológiát fejlődésén be-lül kell szemlélnünk. Az első fázis ezzel az ünnepséggel meg-valósult. A második fázis „a hajó vízre bocsátása”, amelyben a siker záloga a teljesítmény, a kreativitás és a jól végzett munka lesz. Mindnyájunk összefogására van szükség egy va-lódi, a magán- és a közszféra között megvalósítandó eredm-nyes együttműködés érdekében.”



Az első amerikai magyar technológiai centrum hazai bemu-tatkozása az október 28–29-én Tihanyban megrendezésre ke-rülő Internet Hungary konferencián lesz, amelyen Arpad G. Toth személyesen is előad, és találkozik a lehetőség iránt érdeklődő cégek képviselőivel. }

Szeptemberben írtuk

(Idézet az Arpad G. Tothtal készült múlt havi interjúból)

„Vagyunk néhányan az Egyesült Államokban – első-sorban az Amerikai Magyar Cégvezető Kör tagjai –, akik úgy véljük, hogy a magyar műszaki vállalkozásoknak a kibontakozáshoz, a növe-kedéshez, a prosperáláshoz nagy szükségük lenne az amerikai piacra. Jogilag, gaz-daságilag minden lehetőség adott, csak annyi kell, hogy a magyar vállalkozói réteg merjen nagyobb léptékben gondolkodni. Az USA piacára történő kilépés ráadásul olyan formában is segíti a növekedést, hogy Európá-ban, Ázsiában vagy akár

a hazai piacon másként néz-nek arra a cégre, amely Ame-rikában már bizonyított. Az American Hungarian Executive Circle olyan embe-rek csoportja, akik felső veze-tői pozícióban vannak ameri-ka-i cégeknek, tehát kiterjedt gazdasági és politikai kap-csolatrendszerrel rendelke-znek, így ez a kör rendkívüli mértékben katalizálhatja a magyar vállalatok amerikai piacra jutását. Egy évvel ez-előtt tanulmányt és jelentést készítettünk, s ezzel sikerült megőszíteni a magyar kor-mányt is, amely hivatalos tá-mogatást nyújt a Hungarian

Technology Enterprise Cen-ter (HTEC) programhoz.”

„A kisebb, tökeszegényebb vállalatok jelentik az egyik szintet, ebben a körben az ál-lami segítség is nagy jelentő-séggel bír, és akár a befekte-tési lehetőségek feltárásával is megpróbálunk segíteni. Ugyanakkor gondolunk egy másik szintre is, a jól műkö-dő, a hazai piacon már me-gerősödött vállalkozásokra, amelyekről kockázatvállalást várunk el, és üzleti alapokon nyugvó együttműködést kí-nálnánk. A több évtizedes ta-pasztalat, kapcsolatrendszer olyan érték, amit mi is üzleti alapon szeretnénk bevinni ezekbe a cégekbe. Hangsú-lyozni szeretném, hogy egészséges, stabil vállalkozá-sokat keresünk, amelyek akár maguktól is kiléphetnének

az amerikai piacra, de hiány-zik hozzá a bátorságuk, a kapcsolati tőkéjük, a helyi-smeretük. Ugyanakkor min-dent elkövetünk a felmerülő költségek minimalizálása ér-dekében, például a terveink között szerepel ipari parkok létrehozása, ami minden-képpen csökkenti az irodai, az adminisztrációs költsége-ket. Amit így két szinten – ál-lami támogatással, illetve üzleti alapon – katalizálni szeretnénk, az a magyar technológiai ipar amerikai piacra vitele. Ez természet-e-sen nem új dolog: Dél-Korea, Szingapúr, Írország, Izrael vagy a skandináv országok mind ezt tették korábban, s érdemes megnézni, hogy miképp hatott vissza ipari és tudományos fejlődésükre.”

Alarmix földön

és égen!

Az Alarmix Online előfizetett vezeték nélküli szolgáltatás. Napi 24 óra folyamatosan elérhető a hálózati kapcsolat, nem számít a hálózati sebességnek, a szálakon túli csak gyors szálvezetésű rojmentes internetkapcsolat.

Már havi 4000 Ft-ért* és mi csak olcsóbbak leszünk!

Alarmix Online
www.alarmix.net
Tel.: (1) 450-3010
Fax.: (1) 455-0101
sales@alarmix.net

A részletekről érdeklődjön 24 órány ügyfélszolgálatunknál és a www.waveaccess.hu weboldalon.

* 6400bit/s átviteli sebesség 2 óra szünetelés után.

2001: HunDidac Arany díj

WinSchool

ProgramVédő Kártya™



A winchester testőre!

A kártya teljes mértékben megvédi a számítógépet a szakszerűtlen kezelés, a szándékos rongálás és a vírusok által okozott károktól. A számítógépet csak újra kell indítani, és minden ugyanúgy működik, mint előtte!



Megrendelhető:

Tantal Elektronikai Kft.

1149. Budapest, Nagy Lajos király útja 117.

Telefon: 06 (1) 220-6454, Fax: 06 (1) 220-6455

E-mail: tantal@axelero.hu, URL: www.tantal.hu

Nem csak számítógép állami támogatással!

A Sulinet Expressz program keretében mindenhol a számítógépekről és a nagyértékű kiegészítőkről hallhatunk. Na de nézzük részletesebben! Az állam által biztosított ideig 60 000 Ft-ot ne szalasszuk el, hanem ha nem is számítógépre, de bővítésre vagy szoftverekre használjuk ki. Érezhető bővítéshez akár memóriát vagy winchestert önmagában is beszerezhetünk, nem is beszélve az új funkciókat biztosító fax vagy ISDN modemről. Itt az igazán hasznos apróságokat szeretnénk bemutatni.

- Hangszerkesztő szoftver
- Videoszerkesztő szoftver
- 3D képszerkesztő
- Nyelvtanuló program
- Szótárak, akár hangos is
- Fordítóprogram (MobiMouse)

Magam a legjobban ezen utolsót szeretem, mert egyszerű beállítás után az egeret rátolom egy szóra annak megjelenik az angol/magyar párja. Kiválóan használható gyors fordításnál vagy a szoftverek megértésénél.

A fenti kiegészítőket a VAR Kft. kínálatából szereztettük, ismerkedjen meg velük a www.var.hu címen.

ET

Sulinet
expressz



Számítógépek, kiegészítők és hasznos szoftverek

VAR Vortex_{xx} SE
VAR Vortex_{xx}+ SE

VAR Velocity_{SE}
VAR Velocity_{xx}+ SE

VAR Vertigo₀₀ SE
VAR Vertigo₀₀+ SE

Számítógépek és kiegészítők akár 3 x 60 000 Ft állami támogatással, CETELEM áruhitel lehetőséggel és VNET interneteléréssel.

Információk és részletek a 10 éves VAR Kft. honlapján:
www.var.hu, vagy üzletünk elérhetőségein.

1149 Bp., Fogarasi út 11/a, tel.: 1/2222-827, sulinet@var.hu
A VAR Kft. a Sulinet Expressz program hivatalos szállítója.



10 éves
a VAR

Táblázatok rogyásig

Ha a weblapokat állattanilag rendszereznék, a gerincesek fő osztályába azok az oldalak tartoznának, amelyek csontvázát táblázatok alkotják. A táblázatokat nem egyszerűen adatok bemutatására alkalmazzák, hanem előnyös tulajdonságaikat kihasználva az oldalak designját meghatározó struktúráként.

SZENDI GÁBOR

{ Ez ellen sokan tiltakoznak, mondván, hogy a stíluslapokkal minden megoldható, és növeli a letöltési időt, ha a böngészőnek táblázatokkal kell bajlódnia, mert az ekként elrendezett elemek helyének kikalkulálása rengeteg számolást igényel. Az átlagos weblapár azonban nem stíluslapvirtuóz, megértsz az **ISDN** és az **ADSL** rohamos terjedésével a böngészőnek ez a kis pluszunka nem hiszem, hogy gondot okoz.

Táblázatstruktúra

Vegyük rögtön a következő egyszerű táblázatot, azzal a nem titkolt szándékkal, hogy hasznosak legyünk. (A halvány szagatott vonalaktól egyelőre tekintsünk el!) A nagyobb lyukakba képzeliünk képeket, a kisebbekbe meg szövegeket. Már is egy izgalmas oldal csontvázát látjuk magunk előtt:

	(1,2)	(1,3)	(1,4)	(1,5)
(1,1) rowspan="3"	(2,1)	rowspan="2"	rowspan="2"	rowspan="2"
(4,1)	(3,1) rowspan="2" colspan="2" rowspan="2">"		(3,2)	(3,3)
(5,1)	(5,2)	(4,2)	(4,3)	
(6,1)	(6,2)	(5,3) rowspan="2" colspan="2" rowspan="2">"		(6,3)

Lássuk, hogyan kell összerakni egy ilyen!

A táblázatépítés szabálya, hogy azt mindig soronként írjuk, s bonyolult verziók esetében érdemes először rajzot készíteni. A több sort vagy oszlopot elfoglaló cellák a **colspan** és **rowspan** tulajdonságokkal jelzik helyigényüket a böngészőnek. Ez elolvasható minden **HTML**-ről szóló könyvben, de az már nem, hogy mi a teendő bonyolultabb esetekben.

A kérdés az, hogy melyik cella melyik sorba kerül, melyik kap **colspan** vagy **rowspan** tulajdonságot, és mennyi legyen annak értéke. A cellákba írt zárójeles szám párt azt mondja meg, hogy kódoláskor hányadik sor hányadik cellájáról van szó. Itt okozhat némi megrökönyödést, hogy mondjuk a (4,1) cella, amely a második sorban található, kódoláskor a negyedik sorba kerül. Hasonlóan furcsa a (3,2) és a (3,3) cella sorsa.

A megoldás a következő: minden cella abban a sorban kódo-

lódik, **amelyben vizuálisan először megjelenik**. Ha ujjunkkal végigkövetjük a legfelső sort, világosan látjuk, hogy az az első. A második sort egyetlen cella képviseli, a (2,1). A harmadik kétségtelenül a (3,1) cellával kezdődik, nem pedig a (4,1)-gyel, hiszen a (3,1) feljebb van. Ez utóbbi tehát majd lefog a negyedik sorba, de kódoláskor ez nekünk csak azt jelenti, hogy el kell majd látnunk **rowspan="2"** tulajdonsággal. A negyedik sorban most már semmi rendkívüli nincs, a sor végén álló (4,3) cella itt bukkan fel először, tehát a negyedik sorba fogjuk írni a kódját.

Az ötödik sorban szintén nincs nagy meglepetés. A hatodik kapcsán csak a nyomaték kedvéért ismétlem: nem kell azzal törődnünk, hogy oda mi lóg be egy korábbi sorból, mi szépen írogatjuk a cellákat, majd a böngésző kalkulál.

A következő kérdés, hogy milyen szabályok szerint osztogatjuk a **colspan** és **rowspan** tulajdonságokat. A **colspan** ugyebár azt mondja meg, hogy hány oszlop szélességű, a **rowspan** pedig, hogy hány sor magasságú a cella. Segítségképpen a táblázatban feltüntettem az adott cellák **colspan** és **rowspan** értékeit. Látható, mindig az számít, hogy a nagyobb cella által képviselt képzeletbeli sor és oszlop hány cellát fedne le. Ezt úgy is kiszámíthatjuk, hogy szagatott vonallal meghúzzuk a nagy cellák által átléptet határokat, s az így keletkezett cellák száma kiadja a **colspan** és a **rowspan** értékeit.

Beágyazott táblázat

Vegyük fel, hogy ez a bonyolult konglomerátum tényleg egy oldal szerkezete: rémálomnak tűnik ebbe még két-három celláskát beszúrni. Mert ettől fejre áll minden, és a káosz továbbgyűrűzik, bogarászhatunk a **HTML**-kódok dzsungelében, hogy melyik **colspan** és **rowspan** változik, stb. Világos, hogy ha nem muszáj, felelősségteljes ember meg sem próbál ilyen. Az információs forradalom nyomása azonban a weblapár vállára nehezedik, lépni kell, nincs mese. Erre találták ki a táblázatba ágyazott táblázatot, vagy tovább megyek: a táblázatba ágyazott táblázatba ágyazott táblázatot.

A cella `<td></td>` ugyanis tartalmazhat bármit, akár egy táblázatot is. Akinék gyengéek az idegei, eleve elhatárolhatja magát mindenféle **colspan**tól és **rowspan**tól, mintha az nem is létezne, és ha egy cellába másik négyet kell bepréselnie, akkor beletesz egy négycellás táblázatot. Ez persze csak akkor jó ötlet, ha mindössze a lap kinézetét akarjuk „néma”, vagyis

border nélküli táblázatok segítségével meghatározni. Ha kereset táblázatokat használunk, a beágyazott táblázatnak is óhatatlanul lesz kerete, és a beágyazódó táblázat körül dupla keret látszik.

A HTML 4 újdonságai

Igazából most a táblázat és a stíluslapok kapcsolatát kellene boncolgatnunk, de közben essen szó néhány hasznos újdonságról! A táblázatörültek azért is üdvözölték a stíluslapok megjelenését, mert a táblázatcellák tartalmának formázása elég macerás volt: mindegyikben meg kellett adni a betű jellemzőit (méret, fontcsalád stb.), valamint a cella horizontális és vertikális igazítását.

A stíluslapok megjelenésével egyszerűsödött a dolog, már ha a táblázat minden cellájának formázása azonos.

Ha például azt szeretnénk, hogy táblázatunk minden cellájának tartalma 14 pixel méretű, Times New Roman és bold legyen, középre rendezve, akkor írhatjuk a következőt:

```
<style>
TD {font-family: Times New Roman; font-size:14px; font-weight:bold; text-align:center}
</style>
```

Vagy belső stílusleírásként a <Table> elembe építve:

```
<table width="90%" cellspacing="0" cellpadding="0"
border="1" style=" font-family: Times New Roman; font-size:14px; font-weight:bold; text-align:center">
```

Ezzel jelentősen csökkenhet a fájl mérete, és persze az újjá-koptató gépelés is. Aprópó, a felhasználóbarátnak nevezett webszerkesztőket sokan szeretik, mert a Wordből csak átmásolják a táblázatot, és szerintük kész is vannak. De ami szemét abban a táblázatban felhalmozódik formázás címén, az egy kárpitoműhely napi hulladéktermelésével vetekszik.

E kis kitérő után szembesülhetünk azzal a valódi problémával is, hogy ha nem szeretnénk minden cellának azonos módon formázni, akkor kezdhettük a stílusosztály-azonosítók beszurkálását mindegyikbe, s lassan ugyanott tartunk, mint régen.

Például ha bizonyos cellákba kisebb betűt szeretnénk, akkor a fenti stílusleírás a következőképpen alakulhat:

```
<style>
TD {font-family: Times New Roman; font-size:14px; font-weight:bold; text-align:center}
TD.kicsi {font-family: Times New Roman; font-size:10px; text-align:center}
</style>
```

És akkor minden kis betűs cellánk így kezdődik:

```
<td class="kicsi">
```

Ha pedig a cella szélességét sem kívánjuk a véletlenre bízni, akkor újabb rakás karakter kerül a táblázatleírásba a **width="valamennyi"** képeben.

A **<colgroup>** és a **<col>** tagek egy csapásra megoldják a HTML-es eszközökkel és a stíluslapokkal történő formázás gazdaságos leírását. Nem teljesen világos, miért vannak ketten, mert amit az egyikkel tudunk, azt majdnem mind a másikkal is, de örüljünk, ha az Úr kettőt adott, megtehetet volna, hogy egyet sem ad.

A **<colgroup>** / **<colgroup>** oszlop csoportokat ír le, és a span értéke adja meg, hány oszlopot tekintünk egy csoportnak. A következő minta megmutatja, hogy a **<Table>** tag után, a tényleges sor- és oszloplemelek előtt kell megadnunk a csoportosítást. Példánkban az első négy oszlop 10%, a maradék négy pedig oszloponként 15% széles.

```
<Table width=100>
<colgroup span=4 width=10%> </colgroup><colgroup
span=4 width=15%></colgroup>
<tr><td>...
```

```
</Table>
```

Megadhatjuk az **align** és **valign** tulajdonságokat is, s azok érvényesek lesznek az oszlop csoport minden cellájára! Mi több, megadhatunk egy stílusosztályt vagy stílusleírást is, a fenti példát követve:

```
<colgroup span=3 width=10% class="kicsi"> </colgroup>....
```

Ennek hatására az első három oszlop minden cellájára a „kicsi” stílusosztály lesz érvényes. Így megspóroltuk a cellánkénti stílusosztály-megadást, ami nagy táblázat esetén nem kis fegyvertény.

A **<col>** taget szemmel láthatólag arra találták ki, hogy egyes oszlopok tulajdonságait írjuk le vele. Használhatjuk arra is, hogy a globálisabb **<colgroup>** / **<colgroup>** csoportos leírás belül az egyes oszlopokra külön agyémeket adjunk meg, mondjuk e célra tervezett stílusosztályokkal. Ha tehát az első három oszlopra olyan stílusosztályt adunk meg, amely leírja a betűtípust és a méretet, akkor utána a **<col>** segítségével előírhatjuk, hogy minden oszlopban más legyen a betű színe, mert az azonos elemre vonatkozó stílusleírások kiegészítik egymást, vagy ha ellentmondás van közöttük, az elemhez „közelebb álló” felülírja a „távolabbi”.

```
<Table width=600 border=1 bordercolor=black
cellspacing=0>
<colgroup span=3 width=10% class="betu">
<col class="piros"><col class="kek"><col class="zold">
</colgroup>
(...itt jönnek a sorok és cellák!)
```

(Itt a „betu”, a „piros”, a „kek” és a „zold” egy-egy stílusosztály neve, amit helytakarékosság miatt nem írtam ki.)

Az eredmény:

Minta	Minta	Minta
Minta	Minta	Minta

Ha együtt szerepel a kétféle tag, akkor a `<col>`-nak a `<colgroup>` nyitó és záró tagje között kell lennie! Ha sok oszlopunk van, és csak mondjuk az ötödikhez akarunk rendelni egy `<col>` taget a „piros” stílusosztállyal, akkor négy oszlopra „üres” `<col>` taget kell megadnunk, és aztán jöhet az ötödik! Valahogy így:

```
<col span=4> <col class="piros">
```

És a sorok?

Briliáns elmére vall a kérdés: igen, a HTML-műhelyekben (lásd www.w3c.org) szorgosan dolgoztak ezen is.

Nem újdonság, de azért érdemes szem előtt tartani, hogy a sorok nyitó tagjében (`<tr>`) megadott cellaformázó tulajdonságok érvényesek lesznek az egész sorra, amit azonban a cellában definiált, ennek ellentmondó formázás felülírhat. Magyarán, ha egy hosszú sorban mindent cellát középre akarunk rendezni, csak egyet nem, akkor nem kell tízszer-hússzor leírunk, hogy `align="center"`, hanem elég a `<tr>` tagben megadni a középre rendezést, és a kivételcellába beírni, hogy `align="left"`.

A sorcsoportok fogalma a HTML 4-ben azt jelenti, hogy minden táblázatnak lehet külön kezelhető fejléce (`<Thead></Thead>`), teste (`<Tbody></Tbody>`) és lábléce (`<Tfoot></Tfoot>`). Rögtön egy példa, és minden érthetővé válik:

```
<style>
TBODY {font-family:Arial, Helvetica, sans-serif;font-size:16px;font-weight: bold; text-align:center}
THEAD {font-family:Arial, Helvetica, sans-serif;font-size:16px;font-weight: bold; text-align:center; color:red}
TFOOT {font-family:Arial, Helvetica, sans-serif;font-size:16px;font-weight: bold; text-align:center; color:blue}
</style>
</head>
<body>
<Table width=400 border=1>
<colgroup span=3 width=33%></colgroup>
<Thead>
<tr><td>Első</td><td>Második</td><td>Harmadik</td>
</tr>
```

```
</Thead>
<Tbody>
<tr><td>minta</td><td>minta</td><td>minta</td></tr>
<tr><td>minta</td><td>minta</td><td>minta</td></tr>
</Tbody>
<Tfoot><td>Első</td><td>Második</td><td>Harmadik</td>
></Tfoot>
</Table>
```

Az eredmény:

Első	Második	Harmadik
minta	minta	minta
minta	minta	minta
Első	Második	Harmadik

Ennek előnye, hogy a stílusleírásban egyszerűen megadhatjuk a fejlécben vagy testben lévő valamennyi cella formázását.

A táblázatok fej-törzs-potroh felosztása a W3C álmai szerint azt a célt szolgálja, hogy a táblázat teste, ha nem fér el a képernyőn, külön is scrollrozható legyen. Vagyis egy felhőkarcólóra emlékeztető táblázat megjelenítése úgy történik, hogy az ablak tetején előbukkan a táblázat feje, az alján a lába, és ami között van, ahhoz megjelenik egy gördítősav. Ugyanis ha nagy a táblázat, a közepénél járva már eltűnik a cella megnevezése. Mondjuk egy árukatalógus esetében nem szerencsés, ha az árat nézzük cikkszámnak, a cikkszámot pedig szállítási határidőnek. A W3C elgondolása mindeddig csupán terv, de a kreatív webpolgárság fantáziája beindult, hogy hogyan lehet mindezt addig is barkácseszközökkel előállítani.

A scrollrozható táblázat

Vegyünk egy táblázatot és a fenti stílusleírunkat! A fejlécéből és láblécéből önálló táblázatot kell készítenünk, hogy a köztes táblázattestet gördítőtővé tegyük egy stílusleírásrúkk segítségével.

A kód a következő:

```
<table cellspacing="0" cellpadding="2">
<col width="100"><col width="150"><col width="200">
<Thead>
<tr><td>Áru</td><td>Cikkszáma</td><td>Leírása</td></tr>
</THEAD>
</table>
<div style="overflow: scroll; width: 480px; height: 100; border-left: 1px gray solid; border-bottom: 1px gray solid; padding: 0px; margin: 0px">
```

```

<table cellpadding="0" cellspacing="2">
<tbody>
<col width="100"><col width="150"><col width="200">
<tr><td>Áru 1</td><td>Cikkszám 1</td><td>Leírás
1</td></tr>
.....
.....
<tbody>
</table>
</div>
<table cellpadding="0">
<col width="100"><col width="150"><col width="200">
<tfoot><tr><td>Áru</td><td>Cikkszám</td><td>Leírás</td></tr>
</tfoot>
</table>

```

Az eredmény:

Áru	Cikkszám	Leírás
Áru 1	Cikkszám 1	Leírás 1
Áru 2	Cikkszám 2	Leírás 2
Áru 3	Cikkszám 3	Leírás 3
Áru 4	Cikkszám 4	Leírás 4
Áru 5	Cikkszám 5	Leírás 5
Áru 6	Cikkszám 6	Leírás 6
Áru	Cikkszám	Leírás

A trükk lényege, hogy a táblázat teste egy olyan „dobozba” került (ezt a `<div>` konténerem stílusleírásával definiáltuk), amely kisebb, mint a táblázat maga, és ha az **overflow:scroll** stílusjellemzőt adjuk meg, akkor a böngésző a „dobozból” kilógó részt úgy teszi hozzáférhetővé, hogy egy gördítősávot tesz mellé. A „doboz” szélessége 30 pixellel nagyobb, mint a táblázaté, hogy a gördítősáv a táblázaton kívül legyen! (A példa egyben a `<col>` használatának újabb illusztrációját)

A keretekről

A táblázat keretét illetően eddig szegényes volt a választék, vagy volt, vagy nem volt. A HTML 4 két paraméter kombinálásával lehetővé teszi, hogy egészen elképesztő keretvariációkat hozzunk létre.

A **frame** nevű tulajdonság a következő értékeket veheti fel, amit továbbá cizellál a **rules** tulajdonság az ő értékeivel:

void	Nincs keret a táblázat körül	none	Nincs szabályozás, ez az alapértelmezett állapot
above	Csak a felső szélén van keret	groups	A sor- és oszlop csoportosító elemekkel létrehozott csoportok körül van keret
below	Csak az alsó szélén van keret	rows	Csak a sorok között van keret
hsides	Alul és felül van keret	cols	Csak az oszlopok mellett van keret
vsides	Bal és jobb oldalon van keret	all	Mindenhol van keret
lhs	Csak bal oldalon van keret		
rhs	Csak jobb oldalon van keret		
box	Csak körben van keret		
border	Csak körben van keret		

A **border** kulcsszó maradt, ezzel adjuk meg a keret szélességét pixelben. Némi próbálkozás szükséges a megfelelő kombináció kialakításához! Például azt szeretnénk, hogy vízszintesen legyen keret a táblázatban a sorok közt, továbbá alul és felül:

```

<table border=1 cellpadding=0 frame="hsides"
rules="rows" width=300 bordercolor=black>

```

Ennek hatására a táblázat így néz ki:

Minta	Minta	Minta	Minta
Minta	Minta	Minta	Minta
Minta	Minta	Minta	Minta

Úgy érzem, hogy a Kedves Olvasó türelme már fogytán, }
úgyhogy most angolosan távozom...

Csöppenjen bele

Magyarország legnagyobb online
hirdetési hálózatába!

Adverticum adserver és adnetwork szolgáltatás

További információ: www.adverticum.com,
info@adverticum.com, (06-1) 248-3230



adverticum rt.

MaCi

Az *utóbbi hónapokban* kevesebb új bejegyzés került a *Prim Online Magyar Címtár* rovatába, a *MaCi*-ba, ezért a *nyár utáni első számban* pihentettük a témát, most azonban közreadjuk azoknak a *legfrissebb magyar honlapoknak* a címét, amelyek *regisztrációja megtörtént*. (Online módon persze ennél jóval nagyobb a merítés, aki ellátogat a www.prim.hu címre, és a *MaCi* szolgáltatásra tekintett, tízezres nagyságrendben keresgélhet a honlapok között.)

A 12. borszáj honlapja (1997-2003)

<http://12b.soho.hu/>
A. W. Immo Kft., Hotel Gara
<http://www.hotelgara.hu/>
Adókedvezménylap
<http://adokedvezmeny.lap.hu/>
Aforizma.lap
<http://aforizma.lap.hu/>
Agulla-Security Biztonsági Szolgálat
<http://www.agulla.hu/>
Akciós utazás
<http://www.akciosutazas.hu/>
Aloex - aloe vera
<http://www.aloevera-bolt.hu/>
Angol-magyar-angol webes és letölthető ingyenes szótár
<http://www.pergel.hu/szotar/>
Ara Shoes Hungary Kft. - cipők
<http://www.arashoes.de/>
Artpapius - kézzel készített, batikolt csomagolópapírok
<http://www.gfx.hu/artpapius>
Avanglion Shop - napszemüvegek
<http://www.avanglion-shop.com/>

Babala

<http://babala.lap.hu/>
Bajorfá Nyílászáró-készítő Kft.
<http://www.wb.hu/bajorfa/>
Bedros
<http://bedros.oldata.hu/>
Bedros Építész Stúdió
<http://www.bedros.hu/>
Bedros Fotóalbum
<http://web.axelero.hu/bedros/>
BedrosWeb
<http://bedros.fw.hu/>
Béla Spears
<http://www.belaspears.tk/>
Biztosítás
<http://www.biztositas.hu/>
BlogSzemle
<http://www.blogszemle.freeblog.hu/>
Bross Telecenter
<http://www.teleitkar.hu/>
Budapest környéki ingatlanhirdetések
<http://www.bpingatlan.hu/>

Ceriotti Magyarország

<http://www.ceriotti.hu/>
Desiderata - MP3-albumlistakészítő
<http://desiderata.fw.hu/>
DirektMester Kft.
<http://www.direktmester.hu/>

Doppel Kft.

<http://www.doppel.hu/>
DROID Computer
<http://droidcomputer.fw.hu/>
Ducilap
<http://duci.lap.hu/>
DumaNet - chat
<http://dumagnet.uw.hu/>
Dunaharaszti IPOSZ
<http://web.tnnetwork.hu/dhuposz>

E-bolt rendszer magyar nyelvű adminisztrációs szoftverrel
<http://ebolt.cyanart.hu/>
Első Beton Kft., Szeged
<http://www.elsobeton.hu/>
E-mail rendszer
<http://aktakuc.cyanart.hu/>
Espanade - MP3-albumkereső
<http://espanade.fw.hu/>

FFRIS - fogyatékos fiatalok információs honlapja

<http://www.motivacio.hu/ffris>
Framesi Magyarország
<http://www.framesi.hu/>
Futáslap
<http://www.futas.lap.hu/>

Gasztroenterológus

<http://www.gasztroenterologus.hu/>
GIMP - tippek, trükkök
<http://gimp.linuxuser.hu/>
Golya Bizi
<http://www.wb.hu/golyabizi/>
Gyerekruhák kis- és nagykereskedése
<http://www.mikka.hu/>
Gyerekprogram.lap
<http://gyerekprogram.lap.hu/>
Gyermekevos.lap
<http://gyermekovos.lap.hu/>

Halál.lap

<http://halal.lap.hu/>
Harry Potter - Virtuális Maradék (Slytherin)
<http://www.slytherin.hu/>
Hírös Dj-Team
<http://www.tar.hu/hdt>
Hohl Ferenc
<http://hohsoft.fw.hu/>

Ingatlancentrum

<http://moo-bau.hu/>
Ingatlanközvetítés, céginformáció
<http://www.cegadat.hu/>

Ingyenes website-monitoringszolgáltatás
<http://monitoring.cyanart.hu/>
Inter-Comp Hungary Kft. - hardver-nagykereskedelem
<http://www.inter-comp.hu/>
Izotóp Intézet Kft.
http://www.izotop.hu/index_h.htm

JamiC - receptek

<http://free.x3.hu/receptek>
Kamara Print Kft.
<http://www.wb.hu/kamaraprint/>
Kék Adria
<http://www.kekadria.hu/>
Kelemen Kft. - lámpaszalon
<http://www.lampaszalon.hu/>
Kendi és Társa Kft.
<http://www.kendi-es-tarsa.hu/>
Kisvárosi webnapló - Korbely György blogja
<http://korbely.freeblog.hu/>
Kreatív stúdió és nyomda
<http://www.printerart.hu/>
Kutyatenyésztés
<http://tamerlan.uw.hu/>

Lakópark Piliscsában és Martfűn

<http://www.toma-bau.hu/lakopark>
Lami-Forg Kft.
<http://www.wb.hu/lamiforg/>
Légi fotózás
<http://airfoto.uw.hu/>
Leho Fashion Kft. - női-férfi fémemű
<http://www.leho.hu/>
Linux Game Programming Group
<http://lgpg.linuxuser.hu/>
LinuxPortál
<http://linuxportal.hu/>
Lloyd Shoes Hungaria Kft. - cipők
<http://www.lloyd.de/>
Lopotattgy-kereső
<http://lopott.uw.hu/>
Lottó.lap
<http://lotto.lap.hu/>
Lunabakelo
<http://lunabakelo.fw.hu/>

Macibolt

<http://www.macibolt.hu/>
Madách Irodalmi Társaság
<http://www.madach.hu/MadachiThonlap/>
Magyar Betonszövetség
<http://www.beton.hu/>
Marathon.lap
<http://www.marathon.lap.hu/>
Martfűi Kastélyszálló, Panzió
<http://www.toma-bau.hu/szallas>
Máté Szilvia - titkárnői szolgáltatások
<http://atitkarno.fw.hu/>
MesterPorta
<http://www.mesterporta.hu/>
Mind IT
<http://www.mindit.hu/>
Mobil Info - a GSM-magazin
<http://mobilmagazin.try.hu/>
MP3 Top 40
<http://mp3top40.freeweb.hu/>

Nagykatal Radnóti Miklós Városi Könyvtár

<http://www.users.mononnet.hu/nklib/>
Nagykatali Újság - online
<http://nku.freeweb.hu/>
NetworkX Rendszerház Kft.
<http://www.networkx.hu/>

Olvasóterem

<http://www.olasosoterem.tk/>
OrigoWeb - internetes tartalomszolgáltató
<http://www.origoweb.hu/>
Osemer
<http://www.osemer.hu/>

Pénzkeresés

<http://gaspray.freeweb.hu/>
Pénzkeresési internetezéssel
<http://free.x3.hu/lacoz2/>
Pornography - a hungarian Cure cover-band
<http://listen.to/pgraphy/>
Professionális grafikai munkák
<http://graphfruit.cyanart.hu/>

Reklámajándék-centrum

<http://www.reklamajandekok.hu/>
Rogép Bt.
<http://www.wb.hu/rogep/>

Samuel Beckett

<http://www.nexus.hu/beckett/>
Soldat Klán
<http://soldathundfan.fw.hu/>
Sportfólió Kht.
<http://www.sportfolio.hu/>
Star Trek - Sophia
<http://www.startreksophia.tk/>
Szanda G. geográfus
<http://szanda.guw.hu/>
Szerecsenjáték.lap
<http://szerecsenjak.lap.hu/>
Szigeti Gyöngyi
<http://web.axelero.hu/szigeti7>
SzocPoc
<http://www.tar.hu/szocpoc>

Tárterületbérlet az USA-ban

<http://savetofile.com/>
Távoktatás, OKJ-s vizsga szaktanári közreműködéssel
<http://www.netentanulok.hu/>
Tep-Ker Kft.
<http://www.wb.hu/tep-ker/>
Think - női-férfi cipők
<http://www.thinkshoes.com/>
TomablaK Kft.
<http://www.toma-bau.hu/ablakgyartas>
Tóth Benedek - webdesign- és programozási stúdió
<http://www.tothbenedek.hu/>

Ultramarathon.lap

<http://www.ultramarathon.lap.hu/>
Universal work
<http://www.tar.hu/universal/start>

Vaporex - falszárító

adalékszercsalád
<http://www.duomax.hu/>
Vektor Munkavédelmi, Műszaki Fejlesztő és Gyártó Szövetkezet
<http://www.vektor-safety.hu/>
Viktória Panzió
<http://www.wb.hu/viktoria/>
Vízkezelés, vízisztítás
<http://members.chello.hu/furjesi>

Wargamer

<http://wargamer.fw.hu/>
WIFI Hungaria Oktató és Továbbképző Intézet
<http://www.wifi.hu/>



18 lap/perc
600x1200 dpi
8-40 MB RAM
DOS/Windows/PCL
250-850 lap
+borítékadagoló
párhuzamos, USB
havi terhelhetőség
15.000 lap/hó
Az akció 2003.
december 31-ig tart.

... **ismét** párosan szép az élet



akció
69.000 Ft
+Áfa



oki B4200
+ **ajándék discman** (Lejátszható formátumok: CD, MP3, Video CD)

OKI

OKI SYSTEMS MAGYARORSZÁG KFT. MINDEN 1999. JANUÁR 1. TŐL KISÁLLA FŐKÖZLÖMBE HITTETÉL KAPITÁLYTARTÓKNAK LEVEZŐLŐ BEJUTÓKORÁN KÁRMENTES KÁRMENTES GARANTÁLTÁVAL

OKI Systems (Magyarország) Kft. 1051 Budapest, Bajcsy-Zsilinszky út 12. Telefon 327 4070 Fax 327 4076 e-mail: oki@nyomtatasi.com www.oki.hu
Kiemelt Vezetőteladók • BUDAPEST: Utasok Kísérlet Kft. 374-1635 • Árkádok Kft. 348-4298 • Humánusok Kft. 226-2432 • Árkádok Kft. 269-5262/134 • Négyvilág Kft. 356-6139
Poli Computer PC Kft. 269-3587 • PrintRex Bt. 222-2919 • Processorg Software 82 Kft. 267-6768 • PUB Kft. 351-8409 • ReR periféria 322-3034 • Sprint Computer Kft. 237-5020 • Var Kft. 222-282
EGER: Ansys Kft. 36/537-204 GYŐR: Consultorg Bt. 96/413-818 • Másolószerszámok Kft. 96/313-008 HŐMÉRSZÁVÁSÁRHÉLY: Delta Computer Informatikai Kft. 62/246-01
KECSKEMÉT: Bestcom Kft. 76/485-119 • Genius Group Rendszerház Kft. 76/505-950 MISKOLC: Ba-Next Kft. Számítógép szalon 46/504 158 PÉCS: Letcomp Informatikai Kft. 72/511-18
SALGÓTARJÁN: Coral Plusz Kft. 32/317-322 SOPRON: Telecomp Kft. 99/336 555 SZÉKESFEHÉRVÁR: IV Albatech Kft. 22/500-33
SZOLNOK: Win Investor Rt. 56/413-080 SZOMBATHELY: Flag Számítástechnikai Kft. 94/501-890 OKI BEMUTATÓ TEREM • BUDAPEST: Printer Hotline Kft. 223-022



INTERNET HUNGARY

Az internet felhasználók szakmai konferenciája Club Tihany Hotel- és Konferenciaközpont 2003. október 28-29.

Megabitek a magyar ugaron, hova tartunk Európával?

Mi történt az elmúlt egy évben és hol tart ma a magyar információs társadalom? Milyen kilátásokkal indulunk neki a következő éveknek: van-e esély arra, hogy a terület az EU-csatlakozást követően a magyar húzóágazatok közé kerüljön? Mit kellene tenni ennek érdekében a kormányzat, a szakma, a civil szervezetek és a tudomány képviselőinek? A konferencia többek között e három kérdést teszi fel első napi plenáris ülésén a kormányzat, a felhasználó és a megrendelő oldal előadójának.

Ízelítő előadásainkból:

- Az információs társadalom, mint a politikai és szakmai konszenzus terepe.
- Mitől leszek internet-milliomos?
- Hol vannak a millárdos megrendelések? Hogyan lehet pénzhez jutni?
- Az informatika nyújtotta gazdasági előnyök a közgazdaságban.
- A mindentudó, mindenre jó kártya.
- A vonalkódos tehén és a csippirszinges disznó.
- Netújságírás: ilyen állapot nincs is?
- Lyukak a szabályozásban. Az információs társadalom kialakulását hátráltató törvényi akadályok és hiányosságok.
- Támadnak a vírusok - terrorizmus és bűnözés a neten.
- Adatbázisok - tartalmak - kereső programok.
- Az elszámolóház. Letölthető file-ok kifizetésének technikai megvalósítása.
- Veszélyeztet-e az internetes média a hagyományos médiaszegmensek reklámpiacát?
- Mostohagyermek vagy tékozló fiú? Az internet a telekom üzletben.
- A légből kapott infók, mobilitás mindenfokon?
- A csatlakozást követően exportőrök, vagy importőrök leszünk?
- Új piaci területek az EU-n belül és túl az Óperencián, vagy arcal a Kelet felé? A versenyképesség megőrzése.
- Broadband megoldások terjedése. Kell-e állami támogatás az infrastruktúra fejlesztéséhez?



SYNERGON

Microsoft®

